

IBAD
Journal
■ ■ ■

ULUSLARARASI BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
JOURNAL OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH

Cilt/Volume: 4 Sayı/Issue: 1 Yaz/Summer Yıl/Year: 2019

IBAD

ULUSLARARASI BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
JOURNAL OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH

AMAÇ

IBAD, Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (e-ISSN 2536-4642) [Journal of the International Scientific Research], sosyal ve beşeri bilimler alanında özgün ve nitelikli çalışmalarını bilimsel bir yaklaşımla ele almak amacıyla yayımlanan uluslararası hakemli bir e-dergidir. Dergimiz 2019 yılından itibaren kış, yaz ve güz olmak üzere yılda üç defa düzenli olarak yayımlanmaktadır. Gerekli görüldüğü takdirde özel sayı(lar) da yayımlanır.

IBAD, Türkçe ve İngilizce dillerinde alanına yenilik getiren özgün veya derleme makalelere yer verir. Dergi, makaleler yanında bilimsel çeviri ve kitapların tanıtımlarını da yayımlar.

IBAD'da yayımlanan yazıların bilimsel ve hukukî sorumluluğu, yazarlarına aittir. Yayımlanan yazıların bütün yayın hakları Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi'ne ait olup yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz, çoğaltılamaz veya elektronik ortama taşınamaz.

KAPSAM

IBAD'da insan ve toplum bilimlerinin tüm alanları ile (iktisat, işletme, maliye, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, edebiyat, tarih, psikoloji, sosyoloji, felsefe, eğitim bilimleri, dilbilimi, din bilimleri, güzel sanatlar vb.) alakalı konularda özgün ve nitelikli bilimsel çalışmalar yer almaktadır. Dergide yayımlanan tüm makalelere DOI numarası atanmaktadır.

IBAD'a yayın kurallarına uygun olarak gönderilen makaleler, yayımdan önce intihal denetiminden geçirilir. İntihal denetimi *iThenticate* veya benzeri bir intihal tarama paket programı aracılığıyla gerçekleştirilir ve intihal denetiminde, benzerlik oranının %30'nin üstüne çıkmaması gerekmektedir. Ancak ele alınan konunun içeriğine göre bu oran %50'ye kadar çıkabilir.

IBAD, yurtiçi veya yurtdışında akademik konferans, sempozyum, çalıştay vb. düzenler veya bunlara destek olur. Bu tür çalışmalarda sunulan bildirimlerin tam metinlerine başka yerde yayımlanmamış olması kaydıyla yer verir.

Cilt: 4 Sayı: 1 – Mart 2019

International Scientific Research Association (IBAD)
P.K. 34220 Küçükçekmece / İstanbul
TÜRKİYE

ibadjournaleditor@gmail.com - ibadconferences@gmail.com

<http://dergipark.gov.tr/ibad>

IBAD, Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (e-ISSN 2536-4642) [Journal of the International Scientific Research], sosyal ve beşeri bilimler alanında özgün ve nitelikli çalışmaları bilimsel bir yaklaşımla ele almak amacıyla yayımlanan uluslararası hakemli bir e-dergidir.

IBAD, Uluslararası indekslerce taranan uluslararası akademik hakemli bir e-dergidir. **IBAD**, aşağıda belirtilen dizinlerce taranmakta ve indekslenmektedir:

- DOAJ
- SOBIAD
- Google Scholar
- ASOS Index
- DRJI (Directory of Research Journals Indexing),
- ResearchBib (Academic Resource Index),
- SIS (Scientific Indexing Service)
- I2OR (International Institute of Organized Research
- JournalFactor (JF)
- COSMOS IF
- Cosmos IF
- IdealOnline
- Bielefeld Academic Search Engine (BASE)
- Rootindexing (RT)
- MIAR
- CiteFactor

IBAD, EBSCO, SCOPUS, E-SCI ve TÜBİTAK/ULAKBİM(TR) SBVT tarafından DİZİNLENMEK ÜZERE değerlendirme sürecindedir.

KURULLAR

Baş Editör

Doç. Dr. Hayrullah KAHYA, Türkiye

hayrullahkahya@hotmail.com

(Unvana göre alfabetik olarak dizilmiştir.)

Danışma/Yayın Kurulu

Prof. Dr. Asuman BALDIRAN

Selçuk Üniversitesi, TÜRKİYE

Prof. Dr. John WENDEL

Dokkyo Üniversitesi, JAPONYA

Prof. Dr. M. Nazif SHAHRANI

Indiana Üniversitesi, AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

Prof. Dr. Meltem ONAY

Celal Bayar Üniversitesi, TÜRKİYE

Doç. Dr. Mehmet GÜNEŞ

Marmara Üniversitesi, TÜRKİYE

Doç. Dr. Nazile ABDULLAZADE

Azerbaycan Devlet Pedagoji Üniversitesi, AZERBAYCAN

Doç. Dr. Senija TAHIROVIC

International University of Sarajevo, BOSNA HERSEK

Doç. Dr. Toğrul HALİLOV

Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi, AZERBAYCAN

Doç. Dr. Wan Ahmad Jaafar WAN YAHAYA

Sains Malaysia Üniversitesi, MALEZYA

Dr. Öğr. Üyesi Admir MULAOSMANOVIĆ

International University of Sarajevo, BOSNA HERSEK

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet EKŞİ

Kocaeli Üniversitesi, TÜRKİYE

Dr. Öğr. Üyesi Ali YILDIZ

Yıldız Teknik Üniversitesi TÜRKİYE

Dr. Öğr. Üyesi Elena TILOVSKA-KECHEDJI

"St.Kliment Ohridski" Üniversitesi, MAKEDONYA

Dr. Öğr. Üyesi Fatma YAŞAR EKİCİ

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, TÜRKİYE

Dr. Öğr. Üyesi Nalan SINAY

Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, KKTC

Dr. Öğr. Üyesi Selvira DRAGANOVIĆ

International University of Sarajevo, BOSNA HERSEK

(Unvana göre alfabetik olarak dizilmiştir.)

Hakem Kurulu

Prof. Dr. Arda ARIKAN, Türkiye

Prof. Dr. C. Gazi UÇKUN, Türkiye

Prof. Dr. Hacer HÜSEYNOVA, Azerbaycan

Prof. Dr. Hasan Hüseyin ADALIOĞLU, Türkiye

Prof. Dr. John WENDEL, Japonya

Prof. Dr. M. Nazif SHAHRANI, Amerika Birleşik Devletleri

Prof. Dr. Meltem ONAY, Türkiye

Prof. Dr. Nasip DEMİRKUŞ, Türkiye

Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ, Türkiye

Prof. Dr. Şahmurat ARIK, Türkiye

Doç. Dr. Artun AVCI, Türkiye

Doç. Dr. Ebru KARAMAN, Türkiye

Doç. Dr. Hasip SAYGILI, Türkiye

Doç. Dr. Medine YILMAZ, Türkiye

Doç. Dr. Mehmet GÜNEŞ, Türkiye

Doç. Dr. Oğuz YILDIRIM, Türkiye

Doç. Dr. Senija TAHIROVIC, Bosna Hersek

Doç. Dr. Toğrul HALİLOV, Azerbaycan

Doç. Dr. Wan Ahmad Jaafar WAN YAHAYA, Malezya

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet EKŞİ, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Ali FİDAN, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Benan YÜCEBALKAN, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Elena TILOVSKA-KECHEDJI, Makedonya

Dr. Öğr. Üyesi Eray YAĞANAK, Türkiye

- Dr. Öğr. Üyesi Esin SEZGİN**, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Fatma CESUR, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Emre GÖKTÜRK, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Nalan SINAY, KKTC
Dr. Öğr. Üyesi Nurten KIMTER, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ömer GEDİK, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ömür Hakan KUZU, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Sezai ÖZTOP, Türkiye
Dr. Sevilay ARSLAN, KKTC

AIM

IBAD, Journal of the International Scientific Research (e-ISSN 2536-4642), is an international peer-reviewed academic e-journal, published with the aim of covering original and quality articles in social sciences and humanities in a scientific manner. As of 2019, our journal is published triannually: in winter, summer, and fall. Special issues are also published when necessary.

IBAD includes original and/or review articles in Turkish and English that bring novelty to their fields. Beside the articles, the journal publishes scientific translations and book reviews.

Scientific and legal responsibility of the articles published in **IBAD** belong to the authors. All rights of the published articles belong to Journal of the International Scientific Research, and they must not be published fully or partly, multiplied, or transferred to electronic media without the consent of the publisher.

SCOPE

IBAD includes original and quality scientific articles related to every field of humanities and social sciences (i.e., economics, management, finance, political science, international relations, literature, history, psychology, sociology, philosophy, educational sciences, linguistics, religious sciences, fine arts, etc.). DOI number is assigned to all articles published in the journal.

Articles that follow the writing rules and submitted to **IBAD** go through plagiarism auditing before publishing. Plagiarism check is done by *iThenticate* or a similar plagiarism detection service, and the similarity index should not be over 30%. However, this index can get up to 50% depending on the content and the topic at hand.

IBAD organizes and supports academic conferences, symposiums, and workshops that are domestic and/or abroad. It includes full texts of notices presented in such, unless they are published somewhere else before.

Volume: 4 Issue: 1 – March 2019

International Scientific Research Association (IBAD)
34220 Kucukcekmece / Istanbul
TURKEY
ibadjournaleditor@gmail.com - ibadconferences@gmail.com

<http://dergipark.gov.tr/ibad>

IBAD, Journal of the International Scientific Research (e-ISSN 2536-4642), is an international peer-reviewed academic e-journal, published with the aim of covering original and quality articles in social sciences and humanities in a scientific manner.

IBAD is an international peer-reviewed academic e-journal that is indexed by international indices. **IBAD** is scanned and indexed by the indices stated below:

- DOAJ
- SOBIAD
- Google Scholar
- ASOS Index
- DRJI (Directory of Research Journals Indexing),
- ResearchBib (Academic Resource Index),
- SIS (Scientific Indexing Service)
- I2OR (International Institute of Organized Research
- JournalFactor (JF)
- COSMOS IF
- Cosmos IF
- IdealOnline
- Bielefeld Academic Search Engine (BASE)
- Rootindexing (RT)
- MIAR
- CiteFactor

IBAD is in the evaluation process to be indexed by EBSCO, SCOPUS, E-SCI & TUBITAK/ULAKBIM(TR) SBVT.

EDITORIAL BOARD

Editor-in-chief

Assoc. Prof. Dr. Hayrullah KAHYA, Turkey

hayrullahkahya@hotmail.com

(In alphabetical order, based on titles)

**Advisory-
Editorial Board**

Prof. Dr. Asuman BALDIRAN

Selçuk University, TURKEY

Prof. Dr. John WENDEL

Dokkyo University, JAPON

Prof. Dr. M. Nazif SHAHRANI

Indiana University, USA

Prof. Dr. Meltem ONAY

Celal Bayar University, TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Mehmet GÜNEŞ

Marmara University, TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Nazile ABDULLAZADE

Azerbaycan Devlet Pedagoji University, AZERBAIJAN

Assoc. Prof. Dr. Senija TAHIROVIC

International University of Sarajevo, BIH

Assoc. Prof. Dr. Toğrul HALİLOV

Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi, AZERBAIJAN

Assoc. Prof. Dr. Wan Ahmad Jaafar WAN YAHAYA

Sains Malaysia University, MALEYSIA

Assist. Prof. Dr. Admir MULAOSMANOVIĆ

International University of Sarajevo, BIH

Assist. Prof. Dr. Ahmet EKŞİ

Kocaeli University, TURKEY

Assist. Prof. Dr. Ali YILDIZ

Yıldız Teknik University, TURKEY

Assist. Prof. Dr. Elena TILOVSKA-KECHEDJI

"St.Kliment Ohridski" University, MACEDONIA

Assist. Prof. Dr. Fatma YAŞAR EKİCİ

İstanbul Sabahattin Zaim University, TURKEY

Assist. Prof. Dr. Nalan SINAY

Uluslararası Kıbrıs University, TRNC

Assist. Prof. Dr. Selvira DRAGANOVIĆ

International University of Sarajevo, BIH

(In alphabetical order, based on titles)

Referee Board

Prof. Dr. Arda ARIKAN, Turkey

Prof. Dr. C. Gazi UÇKUN, Turkey

Prof. Dr. Hacer HÜSEYNOVA, Azerbaijan

Prof. Dr. Hasan Hüseyin ADALIOĞLU, Turkey

Prof. Dr. John WENDEL, Japon

Prof. Dr. M. Nazif SHAHRANI, USA

Prof. Dr. Meltem ONAY, Turkey

Prof. Dr. Nasip DEMİRKUŞ, Turkey

Prof. Dr. Nigar PÖSTEKİ, Turkey

Prof. Dr. Şahmurat ARIK, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Artun AVCI, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Ebru KARAMAN, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Hasip SAYGILI, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Medine YILMAZ, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Mehmet GÜNEŞ, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Oğuz YILDIRIM, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Senija TAHIROVIC, BIH

Assoc. Prof. Dr. Toğrul HALİLOV, Azerbaijan

Doç. Dr. Wan Ahmad Jaafar WAN YAHAYA, Malaysia

Assist. Prof. Dr. Ahmet EKŞİ, Turkey

Assist. Prof. Dr. Ali FİDAN, Turkey

Assist. Prof. Dr. Benan YÜCEBALKAN, Turkey

Assist. Prof. Dr. Elena TILOVSKA-KECHEDJI, Macedonia

Assist. Prof. Dr. Eray YAĞANAK, Turkey

Assist. Prof. Dr. Esin SEZGİN, Turkey

Assist. Prof. Dr. Fatma CESUR, Turkey

Assist. Prof. Dr. İbrahim Emre GÖKTÜRK, Turkey

Assist. Prof. Dr. Nalan SINAY, TRNC

Assist. Prof. Dr. Nurten KİMTER, Turkey

Assist. Prof. Dr. Ömer GEDİK, Turkey

Assist. Prof. Dr. Ömür Hakan KUZU, Turkey

Assist. Prof. Dr. Sezai ÖZTOP, Turkey

Dr. Sevilay ARSLAN, TRNC

Özgün Araştırmalar

1. [Üniversite Öğrencilerinde Duygudurum Düzenleme ve Öfke](#)
Sayfalar 1 - 9
Nesrin Duman, Sena Aleyna Yılmaz, Şuheda Umunç, Yıldız İmre
2. [Türkiye’de Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programlarında Çokkültürlülük Olgusu: 1998 Ve 2004 Tarihli Programlara Yönelik Bir Karşılaştırma](#)
Sayfalar 10 - 20
Yusuf Keskin, Sevgi Coşkun Keskin, Cihan Taş
3. [Rekabet Mi, İşbirliği Mi? Firmaların Büyüme Ve Uluslararasılaşma Kararlarında Tedarikçilerinden Beklentilerine İlişkin Nitel Bir Çalışma](#)
Sayfalar 21 - 33
Recai Coşkun, Kevser Sancaktutan
4. [2011 Yılı Kobi Mali Destek Programı Yararlanıcıların Etki Değerlendirmesi: TRA1 Bölgesi Analizi](#)
Sayfalar 34 - 49
Zülküf Ayrangöl, Fatih Akın
5. [Moda Endüstrisinin Giyilebilir Teknoloji Tasarımları](#)
Sayfalar 50 - 65
Nursen Geyik Değerli
6. [Analysis of Occupational Health and Safety Programs in Associate, Undergraduate and Graduate Degree \(The Sample of Turkey’s Seven Regions\)](#)
Sayfalar 66 - 80
Nilgün Ulutaşdemir, Hasan Tuna
7. [Olasılık: Janus Yüzlülüğün Eski ve Yeni Görünümleri](#)
Sayfalar 81 - 92
Adil Korkmaz, Ayşenur Avar
8. [Hizmet Sektöründe Kadın Girişimciler: Çorum Araştırması](#)
Sayfalar 93 - 118
Hülya Çağırın Kendirli, Ayça Şenöz
9. [Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Yönelik Bir Araştırma: Pamukkale Üniversitesi Örneği](#)
Sayfalar 119 - 134
Mehmet Kızıloğlu
10. [Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi](#)
Sayfalar 135 - 150
Bilgehan Tekin

Kitap Tanıtımı

11. [Arıcı, A. F. ve Ungan, S. \(2015\). Yazılı Anlatım El Kitabı. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık](#)
Sayfalar 151-156
İnceleyen: Gürkan Ceviz

Original Articles

1. [Emotion Regulation and Anger in University Students](#)
Pages 1 - 9
Nesrin Duman, Sena Aleyna Yılmaz, Şuheda Umunç, Yıldız İmre
 2. [Multiculturalism in Social Studies Curriculum in Turkey: A Comparison of 1998 and 2004 Social Studies Curriculum](#)
Pages 10 - 20
Yusuf Keskin, Sevgi Coşkun Keskin, Cihan Taş
 3. [Competition Or Cooperation: A Qualitative Study About The Firms' Expectations From Their Suppliers On Their Growth And Internationalization Decisions](#)
Pages 21 - 33
Recai Coşkun, Kevser Sancaktutan
 4. [Evaluation of The Efficiency Of SME Financial Support Program Of 2011: TRA1 Region Analysis](#)
Pages 34 - 49
Zülküf Ayrangöl, Fatih Akın
 5. [Wearable Technology Designs of Fashion Industry](#)
Pages 50 - 65
Nursen Geyik Değerli
 6. [Analysis of Occupational Health and Safety Programs in Associate, Undergraduate and Graduate Degree \(The Sample of Turkey's Seven Regions\)](#)
Pages 66 - 80
Nilgün Ulutaşdemir, Hasan Tuna
 7. [Probability: The Old and New Aspects of Janus-Facedness](#)
Pages 81 - 92
Adil Korkmaz, Ayşenur Avar
 8. [Women Entrepreneurs in The Service Sector: Corum Research](#)
Pages 93 - 118
Hülya Çağırın Kendirli, Ayça Şenöz
 9. [A Research on Career Planning of Beginning Teaching Staff: Sample of Pamukkale University](#)
Pages 119 - 134
Mehmet Kızıloğlu
 10. [The Effect of University Students' Preferences, Perception and Awareness Levels on Participation Banking](#)
Pages 135 - 150
Bilgehan Tekin
- Book Review**
11. [Arıcı, A. F. ve Ungan, S. \(2015\). Yazılı Anlatım El Kitabı. Ankara: Pegem Akademi Publishing](#)
Pages 151-156
Reviewed by: Gürkan Ceviz

Üniversite Öğrencilerinde Duygudurum Düzenleme ve Öfke

Dr. Öğretim Üyesi Nesrin Duman*

Psikoloji lisans 1. sınıf öğrencisi Sena Aleyna Yılmaz²

Psikoloji lisans 1. sınıf öğrencisi Şuheda Umunc³

Psikoloji lisans 1. sınıf öğrencisi Yıldız İmre⁴

Geliş tarihi: 30.12.2018

Kabul tarihi: 05.01.2019

Atıf bilgisi: *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 1-9 **Yıl:** 2019

Dönem: K1ş

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 08%

¹Bartın Üniversitesi Psikoloji Bölümü,
Bartın-TÜRKİYE.

E-mail: nesrinduman@bartin.edu.tr

ORCID ID 0000-0002-2751-8315

²Bartın Üniversitesi Psikoloji Bölümü,
Bartın-TÜRKİYE.

E-mail: senaaleynayilmaz71@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-4960-9808

³Bartın Üniversitesi Psikoloji Bölümü,
Bartın-TÜRKİYE.

E-mail: suheda7umunc@gmail.com

ORCID ID 0000-0001-6484-5895

⁴Bartın Üniversitesi Psikoloji Bölümü,
Bartın-TÜRKİYE.

E-mail: yildizimre@gmail.com

ORCID ID 0000-0001-5598-5220

* Sorumlu yazar

ÖZ

Ergenlik, sosyal ve duygusal gelişim açısından kritik öneme sahip bir gelişim dönemidir. Bu dönemde duyguların başarılı bir şekilde yönetilmesi sosyal ilişkilerdeki başarıyı beraberinde getirecektir. Bireysel, sosyal ve toplumsal açıdan sorun yaratma potansiyeline sahip öfke duygusu ergenlik döneminde sık gözlemlenen bir duygu olarak görülmektedir. Bu nedenle araştırmada bu yaş grubunun öfke düzeyleri ile duygudurum düzenleme yöntemleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 57 üniversite birinci sınıf öğrencisine Ergen Öfke Değerlendirme Ölçeği (EÖDÖ) ve Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği (EİDDÖ) olmak üzere iki ölçek uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarında ergenlerin öfke düzeylerinin düşük olduğu; bu haliyle entelektüel bir faaliyet olan üniversite eğitiminin öfke düzeyi üzerinde azaltıcı bir etkisinin olduğu görülmüştür. EİDDÖ sonuçları incelendiğinde ise; öğrencilerin duygu düzenleme yöntemlerinden en sık olarak içsel işlevsel duygu düzenleme yöntemlerine başvurdukları ortaya konmuştur. İçsel işlevsel duygu düzenleme yüksek bilişsel faaliyetlerin kullanıldığı bir yöntem olup olumlu bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. İçsel işlevsel duygu durum düzenleme yöntemlerinin tercih edilmesinin, ergenlerin hali hazırdaki sosyal ilişkilerine olumlu etki ettiği görülmüştür. Araştırmada cinsiyete göre ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılaşma tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: duygudurum düzenleme, öfke kontrolü, genç, ergen.

Emotion Regulation and Anger in University Students

Asst. Prof. Dr. Nesrin Duman^{1*}

Psychology undergraduate first-year student Sena Aleyna Yılmaz²

Psychology undergraduate first-year student Şuheda Umunc³

Psychology undergraduate first-year student Yıldız İmre⁴

First received: 30.12.2018

Accepted: 05.01.2019

Citation: *Journal of the International Scientific Research (IBAD)*,

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 1-9 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 08%

^{1*}Bartın University Psychology
Department, Bartın-TURKEY.

E-mail: nesrinduman@bartin.edu.tr

ORCID ID 0000-0002-2751-8315

²Bartın University Psychology
Department, Bartın-TURKEY.

E-mail: senaaleynayilmaz71@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-4960-9808

³Bartın University Psychology
Department, Bartın-TURKEY.

E-mail: suheda7umunc@gmail.com

ORCID ID 0000-0001-6484-5895

⁴Bartın University Psychology
Department, Bartın-TURKEY.

E-mail: lyildizimre@gmail.com

ORCID ID 0000-0001-5598-5220

* Corresponding Author

ABSTRACT

Adolescence is a period of development that is critical to social and emotional development. Successful emotion regulation in this period will bring success in social relations. The sense of anger that has the potential to cause problems individually, interpersonally and socially is seen as a frequently observed feeling during adolescence. Therefore, it was aimed to investigate the relationship between anger levels and emotion regulation methods of this age group. For this purpose, two scales, the Adolescence Anger Rating Scale (AARS) and the Emotion Regulation Scale for Adolescents were administered to 57 university freshman students. The results of the research indicated that adolescents' anger levels were low. It was observed that university education, which is an intellectual activity, has a reducing effect on the level of anger. When the results of the emotion regulation scale are examined, applying internal functional emotion regulation is the most common emotion regulation method of students. Internal functional emotion regulation is a method of high cognitive activities and is considered as a positive method. It has been observed that preferential functional mood adjustment methods have a positive effect on the current social relations of adolescents. There was no significant difference between the scale scores in terms of gender.

Keywords: emotion regulation, anger management, adolescence, teenager.

GİRİŞ

Duygu kişiyi insan yapan temel özellik olup; toplumsal ilişkileri korumak, oluşturmak ve izlemek için kullanılmaktadır (Çoruk ve Akçay, 2012). Duygular fizyolojik ve bilişsel öğelere sahip olup insan davranışlarını etkileyen duygular olarak tanımlanmaktadır (akt. Duman, 2018a, s. 179; Morgan, 1993). İnsanlar ömürleri süresince, içsel ya da dışsal olarak duygularını tetikleyen birçok durumla ve olayla karşı karşıya gelmektedir. Bu içsel ya da dışsal uyaranlar sonucunda duyguların nadiren tetikleniyor olması; bir duygu düzenleme yöntemi kullandıklarına işaret etmektedir. Bu açıdan, duygu düzenleme, duyguların olağan akışını yönlendirebilen, değiştirebilen ve kontrol altına alabilen süreçler bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Duygu düzenleme de kişide mevcut olan duyguları nasıl tecrübe ettiklerine veya nasıl açıklayacaklarına dair bilerek veya pratik olarak duygularını etkileme hareketidir (akt. Bozkurt Yüksek ve Demircioğlu, 2017; Gross ve Thompson, 2007). Duygu düzenleme becerisi sayesinde pozitif veya negatif duygular yükseltilebilmekte, azaltılabilmekte veya devam ettirilebilmektedir. Dodge ve Garber (1991) duygu düzenleme becerilerinin doğuştan gelmediğini, yaşamın ilk dönemlerinde kazanıldığını, bu becerilerin edinilmesinin gelişimsel bir başarı olduğunu ifade etmektedirler. Gross ve Muñoz (1995) da duygu düzenleme becerilerinin aşamalı olarak zaman içinde oluştuğunu ve psikolojik sağlık üzerinde önemli etkilerinin olduğunu ileri sürmektedir (akt. Duy ve Yıldız, 2014; Gross ve Muñoz, 1995).

Bir duygu olarak kabul edilen öfke, bireylerin günlük yaşamda sıklıkla deneyimlediği ve oldukça aşına olduğu bir duygudur. Bir psikolog olan Spielberg öfkeyi “hafif bir rahatsızlık halinden, şiddetli kızgınlık ve hiddete kadar değişebilen bir duygu” olarak tanımlamaktadır (Kafaji, 2013, s. 160). Öfke içsel ve dışsal sebeplerden ötürü ortaya çıkabilmektedir. Kişisel meselelerden, bir insandan ve bir olaydan kaynaklanabileceği gibi; hatıralar, örselenme oluşturan veya örselleyici olayı hatırlatabilen olaylar da öfke duygularını işler hale getirebilmektedir (Bilge ve Ünal, 2005). Derin ve istenmeyen belirtiler göz önüne alındığında duygusal, bilişsel ve fizyolojik kapsamda öfke duygusu ciddi sorunlar ortaya çıkarabilmektedir (Soykan, 2003). Telman ve Ünsal (2005) bireyin öfkenin belirlediği hallerde hemen tepki göstermeye karşı direnmesi gerektiğini; hemen tepki vermesi halinde ise öfkenin kişinin kendisini ve sosyal ilişkilerini olumsuz etkileyeceğini vurgulamaktadır. Bu noktada duygu düzenleme becerilerinin önemi daha net görülebilmektedir.

Ergenlik çocukluktan yetişkinliğe geçişin yapıldığı evredir. Hall (1904) 20. yy’ın başlarında bu evrenin 14-24 yaş arasında değişen bir gelişim dönemi olduğunu ifade etmiştir (Arnett, 2006). Elli yıldan fazla bir zaman önce ise Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ergenliğin 10-20 yaşları arasında değiştiğini ileri sürmüş, ancak ergenliğin bitiş yaşını net bir şekilde tanımlamamıştır (“WHO”, 1965; “WHO”, 1977). Yapılan son dönem çalışmaları ise bu evrenin 10-24 yaş aralığına kadar genişlediğini ortaya koymuştur (Sawyer vd, 2018). Ergenlik, biyolojik gelişim unsurlarını ve başlıca sosyal rol geçişlerini kapsayan bir evredir. Cüceloğlu (2009) ergenlik dönemindeki bireylerin kimlik arayışında olduklarını, bu dönemde duygular arasında geçişin çok daha hızlı ve yoğun olduğunu, bu nedenle ergenlerin duygu karmaşası yaşadıklarını, bu dönemdeki kişilerin daha kolay öfkelenmesinin altında bu özelliklerin olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle öfke, özellikle ergenlik döneminde kontrol edilmesi gereken bir duygudur. Öfke duygusunun düzenlenmesindeki başarısızlık ise ergenin yaşamının birçok farklı alanında ciddi sorunlara yol açabilmektedir (Danışık, 2005, s. 46-8). Bu nedenle çalışma ergenlerin öfke düzeyi ve duygu düzenleme yöntemleri üzerine odaklanmıştır. Literatür bilgisi ışığında, aileden nispeten daha bağımsız hale gelen ve kişisel sorumlulukların tek başına gerçekleştirilmeye başlandığı bu dönemde üniversiteye yeni başlamış olan ergenlerin, duygu düzenleme yöntemleri ile öfke düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi ele alınmıştır.

Araştırmanın önemi

Araştırma; üniversite öğrencilerinin duygudurum düzenleme yöntemleri ile öfke düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ergenlik, sosyal ve duygusal gelişim açısından kritik öneme sahip bir dönemdir. Bu dönemde duyguların başarılı bir şekilde yönetilmesi sosyal ilişkilerdeki başarıyı beraberinde getirecektir. Bu nedenledir ki çalışma sağlıklı sosyal ilişkilerin kurulabilmesi ve sürdürülebilmesinde önemli bir duygu olan öfke ile duygu düzenleme yöntemleri arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Öfke ile duygudurum düzenleme arasındaki ilişkilerin incelenmesi öfke kontrolünde zorluk yaşayan, bu nedenle

adli sisteme dâhil olmuş ergenlere yönelik öfke kontrol programlarının oluşturulmasında uzmanlara kaynak bir bilgi sağlayacaktır.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı

Araştırmada öğrencilerin öfke düzeyleri ile duygudurum düzenleme yöntemleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Öğrencilerin öfke düzeyi nedir?
2. Öğrencilerin öfke düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
3. Öğrencilerin duygu durum düzenleme yöntemleri cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
4. Öğrenciler en sık hangi duygudurum düzenleme yöntemini kullanmaktadır?

Araştırmanın modeli

Araştırmanın modeli “geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle tespit etmeyi amaçlayan bir araştırma modeli” olan tarama modelidir (Karasar, 2018, s.109). Çalışmada tarama modellerinden biri olan genel tarama başlığı altında yer alan, iki ve daha çok sayıda değişken arasında birlikte değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan “ilişkisel tarama modeli” kullanılmıştır. Bu model ilişkisel bir çözümlenmeye olanak verecek veri çiftleri şeklinde yapılmaktadır (Karasar, 2018, s.114).

Veri toplama araçları

Araştırmada Kişisel Bilgi Formu, Ergen Öfke Değerlendirme Ölçeği (EÖDÖ) ve Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği (EİDDÖ) olmak üzere üç form kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Form, araştırmacılar tarafından hazırlanmış olup; cinsiyet, yaş, arkadaş sayısı, arkadaş ilişkilerin durumu gibi bazı değişkenlere dair sorular içermektedir.

Ergen Öfke Değerlendirme Ölçeği (EÖDÖ): Orijinal adı Adolescent Anger Rating Scale (AARS) olan ölçek McKinnie-Burney (2001) tarafından geliştirilmiş; Türkçe’ye “Ergen Öfke Değerlendirme Ölçeği” olarak kazandırılmıştır. Ölçeğin adaptasyon, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Aslan ve Togan (2009) tarafından tamamlanmıştır. EÖDÖ 41 maddeden oluşan 4’lü Likert tipinde olan bir ölçektir. EÖDÖ Türkçe formununun 12-15 ve 19-23 yaş sınırları içinde güvenilir bir ölçek olduğu kabul edilmektedir (Aslan ve Sevinçler Togan, 2009).

Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği (EİDDÖ): EİDDÖ ölçeği Phillips ve Power (2007) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe adaptasyonu, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Duy ve Yıldız (2014) tarafından tamamlanmıştır. Ölçek 18 madde olup; 4 alt boyuttan oluşmaktadır. 5’li Likert tipinde olan duygu düzenleme modeli iyi uyum vermektedir (Ercengiz ve Şar, 2017). Yapılan araştırmalarda ölçeğin 11-18 yaş aralığında (Duy ve Yıldız, 2014) ve 14-19 yaş aralığında (Yıldız, 2016) güvenilir sonuçlar verdiği görülmektedir.

EİDDÖ’de 4 alt ölçek yer almaktadır. Bunlar (Yıldız, 2016);

- a) İçsel işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutu, 10-11-12-13-14 nolu maddeler ile ölçülmektedir. Bu boyut kişinin kendisine zarar vermesini, ruminasyonu, bastırmayı, olumsuz sosyal karşılaştırmayı ve gerçekten uzaklaşmayı (derealizasyon) ifade eder.
- b) İçsel işlevsel duygu düzenleme boyutu 1-2-3-4 nolu maddeler ile ölçülmektedir. Olumlu yeniden değerlendirmeyi, amaçların değiştirilmesini, plan yapmayı, bakış açısına oturtmayı, dikkat vermeyi ifade eder.
- c) Dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme boyutu 5-6-7-8-9 nolu maddeler ile ölçülmektedir. Zorbalık yapmak, sözlü-fiziksel saldırı, eşyalara vurmak-kırmak-dökmek, başkalarını kötü hissettirmeye çalışmak gibi süreçleri ifade eder.

d) Dışsal işlevsel duygu düzenleme boyutu ise 15-16-17-18 nolu maddeler ile ölçülmektedir. Duyguları ifade etmek, fiziksel ilişki kurmak, konu hakkında tavsiye aramak ve egzersiz yapmak gibi süreçleri ifade eder.

Ölçeğin alt boyutlarından alınan puan, bireyin o alt boyuta duygu düzenleme yöntemi olarak hangi sıklıkta başvurduğunu göstermektedir. Ölçeğin alt boyutlarından elde edilen puanın yükselişi; ilgili duygu düzenleme yönteminin ergen tarafından sık kullanıldığına; düşmesi ise ilgili duygu düzenleme yönteminin az kullanıldığına işaret etmektedir (Duy ve Yıldız, 2014).

İşlem

Araştırmanın yapılabilmesi için öncelikle Bartın Üniversitesi Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınmıştır. Çalışmaya Etik Kurul'un 03.10.2018 tarihli ve 2018-090 protokol nolu onayının ardından başlanmıştır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına göre yapılmıştır. Uygulama esnasında kullanılan formlarda araştırmanın amacı ve önemi hakkında bilgilendirme metni yer almıştır. Öğrencilerin Bilgilendirilmiş Onam Formu'nu incelemeleri ardından, gönüllü olan öğrenciler ile çalışmaya başlanmıştır. Uygulama araştırmacılar tarafından sınıf ortamında yapılmıştır.

Analiz

Araştırma sonuçlarının analizinde ilk olarak form ve ölçeklerden toplanan veri sayısallaştırılarak Windows için SPSS-22 programına girilmiştir. Verilerin analizi için öncelikle ilgili veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğinin tespiti yapılmıştır. Verilerin istatistiksel analizinde doğru test yöntemini belirleyebilmek için öncelikle normallik (Test of Normality) ve homojenlik (Test of Homogeneity of Variances) test sonuçlarına bakılmış, incelenen veri setinin sonuçlarına göre parametrik veya nonparametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir (Duman, 2018b, s. 79). Yapılan analizlerde veri setinin normal dağılım gösterdiği anlaşılacak analizler için parametrik testler kullanılmıştır. Veri setleri arası karşılaştırmalarda parametrik testlerden T-testi analizi yapılmıştır. Yanıtların sıklıklarının tespit edilmesi için frekans analizleri kullanılmıştır. Yorumlamada .05 anlamlılık düzeyi tercih edilmiştir.

Çalışma grubu

Araştırmanın evreni; ergenlik dönemi yaş aralığındaki bireylerden oluşan üniversite öğrencileridir. Örneklem seçiminde "oransız küme örnekleme" yöntemi kullanılmıştır. Grupça örnekleme de denilen küme örneklemede evrende eşit seçilme şansı elemanlar yerine kümeleridir (Karasar, 2018, s. 153). Araştırma 2018-2019 Güz yarıyılında Bartın Üniversitesi Psikoloji Bölümü 1.sınıfta okuyan 60 öğrenci ile yürütülmüştür. Çalışma grubunu oluşturan öğrenciler 17 ile 24 yaş arasındadır. Ancak EÖDÖ ölçeğinin uygulanabilir yaş aralığı 12-23 olması nedeniyle 24 yaşında olan bir veri değerlendirme dışı bırakılmıştır. EİDDÖ ölçeğinin güvenilir sonuç aldığı yaş aralığı 11-19 yaşlar arasındadır. Bu nedenle EİDDÖ verilerinin değerlendirilmesinde 19 yaşın üstündeki 2 veri daha değerlendirme dışı bırakılmıştır. Buna göre çalışma grubunun yaş dağılımı 17-19 yaş aralığındadır. Araştırma grubunun yaş ve cinsiyet bilgileri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırma grubunun yaş ve cinsiyet dağılımları

	Yaş	<i>Cinsiyet</i>		%	
		Kız	Erkek	Kız	Erkek
N	57	43	12	75,4	21,1
Ortalama	18,75	1,22			
Std. Sapma	1,353	,417			
Minimum	17	1			
Maksimum	19	2			

Araştırmada cinsiyet belirtmeyen 2 kişi (%3,5) bulunmaktadır. Örneklem grubundaki erkek öğrencilerinin sayısının azlığı Türkiye genelindeki psikoloji bölümü öğrencilerinin büyük çoğunluğunun kız öğrencilerden oluşması sebebiyledir. Katılımcıların yaş ortalaması 18,75'tir.

Çalışma grubunun arkadaş ilişkilerine ve arkadaş sayılarına ilişkin frekans analiz sonuçları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Öğrencilerin arkadaş bilgilerine göre dağılımları

Arkadaş bilgileri		
Arkadaşlık ilişkileri	n	%
İyi	32	76,2
Orta	10	23,8
Kötü	0	0
Toplam	42	100,0
Arkadaş sayısı	n	%
0 arkadaş	14	33,3
1-2 arkadaş	0	0
3-4 arkadaş	0	0
5’den fazla arkadaş	28	66,7
Toplam	42	100,0

BULGULAR

Ergen Öfke Değerlendirme Ölçeği (EÖDÖ) bulguları

Katılımcıların ölçekten aldıkları toplam öfke puanları 58-90 puan arasında değişmiş olup; toplam öfke puanlarının ortalama $72,98 \pm 7,39$ puan ($M=72,98$, $SS=7,39$) olduğu, bu haliyle örneklem grubunun öfke düzeyinin düşük seviyede olduğu ortaya çıkmıştır.

Öfke düzeyinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için T-testi analizi kullanılmıştır. Tablo 3’te gösterildiği üzere kız öğrenciler ($\bar{X}=72,37$) ile erkek öğrenciler ($\bar{X}=75,16$) arasında EÖDÖ toplam puanlarına göre anlamlı farklılaşma bulunmamıştır [$t=-1,154$, $p>.05$].

Tablo 3. EÖDÖ toplam ve alt ölçek puanları cinsiyete göre T-testi analiz sonuçları

		n	\bar{X}	SS	Sd	t	p
EÖDÖ toplam	Kız	43	72,37	6,85	53	-1,154	,253*
	Erkek	12	75,16	9,24			
	Toplam	55					

* $p=.253$; $p>.05$ anlamlı farklılaşma yoktur.

Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği (EİDDÖ) bulguları

Öğrencilerin ölçekten aldıkları toplam duygu düzenleme puanları 39-65 puan arasında değişmiş olup; puanlarının ortalama $51,70 \pm 6,22$ puan ($M=51,70$, $SS=6,22$) olduğu görülmektedir. EİDDÖ toplam ve alt ölçek puanları Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. EİDDÖ toplam ve alt ölçek puanları

		EİDDÖ		Dış işlevsel	İç işlevsel	
		Toplam	İç İşlevsel	olmayan	olmayan	Dış işlevsel
N	Toplam	57	57	57	57	57
Ortalama		51,70	17,31	8,14	13,98	12,26
Standart Sapma		6,22	2,11	2,64	4,05	2,78

Tablo 5’te gösterildiği üzere cinsiyete göre EİDDÖ toplam ve alt ölçekleri arasında T-testi analiz sonuçlarında anlamlı farklılaşma bulunmamıştır [sırasıyla $t=-,708$, $p>.05$; $t=-1,466$, $p>.05$; $t=-,576$, $p>.05$; $t=-,957$, $p>.05$; $t= 1,246$, $p>.05$].

Tablo 5. EİDDÖ toplam ve alt ölçek puanları cinsiyete göre T-testi analiz sonuçları

	cinsiyet	n	\bar{X}	SS	Sd	t	p
EİDDÖ	kız	43	51,3488	6,02330	53	-,708	,482*
Toplam	erkek	12	52,7500	6,19567			
İç işlevsel	kız	43	17,0698	2,14249	53	-1,466	,149**
	erkek	12	18,0833	2,02073			
İç işlevsel olmayan	kız	43	13,7907	3,75156	53	-,576	,567***
	erkek	12	14,5000	3,84944			
Dış işlevsel	kız	43	7,9302	2,56715	53	-,957	,343****
	erkek	12	8,7500	2,83244			
Dış işlevsel olmayan	kız	43	12,5581	2,83097	53	1,246	,218*****
	erkek	12	11,4167	2,71221			

* $p=,482$; $p>.05$ anlamlı farklılaşma yoktur.

** $p=,149$; $p>.05$ anlamlı farklılaşma yoktur.

*** $p=,567$; $p>.05$ anlamlı farklılaşma yoktur.

**** $p=,343$; $p>.05$ anlamlı farklılaşma yoktur.

***** $p=,218$; $p>.05$ anlamlı farklılaşma yoktur.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırma üniversite öğrencilerinin öfke düzeyleri ile duygu durum düzenleme yöntemleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçla öğrencilere Ergen Öfke Değerlendirme Ölçeği (EÖDÖ) ve Ergenler için Duygu Düzenleme Ölçeği (EİDDÖ) uygulanmış ve dört soruya yanıt aranmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların EÖDÖ'den aldıkları ortalama puanın $72,98 \pm 7,39$ puan olduğu ve düşük düzeyde öfkeye sahip oldukları, öfke düzeyinin ise cinsiyete göre farklılaşma göstermediği görülmüştür. Öğrencilerin EİDDÖ'den aldıkları ortalama puanın ise $51,70 \pm 6,22$ olduğu, duygu düzenleme yöntemlerinden en sık olarak içsel işlevsel duygu düzenleme yöntemlerine başvurdukları (ort.17,31); en az ise dışsal işlevsel olmayan duygu düzenleme yöntemlerine başvurdukları (ort. 8,14) ve duygu düzenleme yöntemlerinin cinsiyete göre farklılaşmadığı görülmüştür. Bu haliyle ergenlerin; oldukça çalkantılı, ani duygusal iniş çıkışların yaşandığı, dürtü kontrolünde zorlanılan bir dönem olarak bilinen ergenlik döneminde, düşük düzeyde öfkeye sahip oldukları ve duygu durumlarını işlevsel olarak düzenleme yöntemlerini (içsel işlevsel) daha çok kullandıkları ortaya konmuştur. Yöndem ve Bıçak (2008) öğretmen adaylarıyla yaptıkları araştırmalarında öfke düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı farklılaşma gösterdiğini bulmuştur. Giles ve Heyman (2005) da ergenlerin saldırganlık ilişkisini inceledikleri çalışmalarında erkeklerin öfke düzeylerinin kadınlara oranla yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır (akt. Akdeniz vd., 2017; Giles ve Heyman, 2005). Araştırma sonuçları literatürde yer alan cinsiyete göre farklılaşma bulgularını destekleyememiş, ergenlerin öfke düzeyinin cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilememiştir. Elkin ve Karadağlı (2016) Sağlık Bilimleri Yüksekokulu'nda okuyan öğrenciler ile yaptıkları araştırmada öğrencilerin öfke düzeylerinin düşük ($20,55 \pm 4,97$) olduğunu ortaya koymuşlardır. Elkin ve Karadağlı (2016) öğrencilerin okudukları bölüm ile öfke ifade biçimleri arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Bu araştırmada ise bölümler arası bir karşılaştırma yapılmamıştır. Bu nedenle sonuçlar psikoloji bölümü özelinde yorumlanmak yerine yükseköğrenime devam etme kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarında üniversite eğitimine devam etmenin ergenlerin öfke düzeyi üzerinde azaltıcı bir rolünün olduğu söylemek mümkündür. Temel ve Nas (2018) sportif faaliyetlere katılan ergenlerin öfke düzeylerini inceledikleri çalışmalarında, sportif faaliyetlerde yer almanın düşük öfke düzeyi ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Elde edilen bulgular literatür verileriyle birlikte değerlendirildiğinde ergenlerin entelektüel bir faaliyet olan üniversite eğitimlerine devam etmelerinin tıpkı sportif faaliyetlerde yer alma gibi öfke düzeyinde önleyici ve azaltıcı bir rolünün olduğu gösterebilmektedir. Aynı zamanda araştırma sonuçları öğrencilerin duygudurum düzenlemelerinde; yüksek bilişsel faaliyetlerin (plan yapmak vb.) kullanıldığı iç işlevsel duygu düzenleme yöntemlerinin daha sık kullanıldığı görülmüştür. Bu durum da entelektüel kapasitenin gelişmişlik düzeyine işaret etmektedir. Zira Dodge ve Garber (1991) duygu düzenleme yöntemlerinin edinilmesini gelişimsel bir başarı olarak değerlendirmektedir. Bu

becerilerden üst düzey bilişsel faaliyetlerin kullanıldığı içsel işlevsel yöntemlerin tercih edilmesi de gelişimsel başarı düzeyini göstermektedir. Katılımcı öğrenciler hali hazırdaki arkadaşlık ilişkilerini en sık “iyi” olarak ve arkadaş sayılarını en sık “5’den fazla” olarak belirtmişlerdir. Bu nedenle işlevsel duygu düzenleme metotlarının tercih edilmesinin, ergenler için hali hazırdaki sosyal ilişkilerine olumlu etki ettiği söylenebilir. Bu yöntemlerin kullanılmasının ileri dönem sosyal ilişkilerine ve psikolojik sağlıklarına önemli katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Çalışmanın bundan sonraki duygudurum düzenleme ve öfke ile ilgili yapılacak araştırmalara temel olması amaçlanmaktadır.

SINIRLILIKLAR

Araştırma çalışmaya katılan 57 öğrenci ile sınırlıdır.

KAYNAKÇA

- Akdeniz, H., Demirci, D., Sekban, G. ve Yurtsever, Y. (2017). Üniversite öğrencilerinin öfke düzeylerinin karşılaştırılması (Kocaeli üniversitesi örneği). *Muş Alparslan Üniversitesi Uluslararası Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 46-60.
- Arnett, J. J. (2006). G. Stanley Hall’s Adolescence: Brilliance and nonsense. *History of Psychology*, 9(13), 186-97.
- Aslan, A. E. ve Sevinçler-Togan, S. (2009). Duygu yönetimine bir hizmet: ergen öfke değerlendirme ölçeği Türkçe versiyonu (Adolescent anger rating scale – AARS). *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 9(2), 369-400.
- Bilge, A. ve Ünal, G. (2005). Öfke, öfke kontrolü ve hemşirelik yaklaşımı. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 21(1), 189-96.
- Bozkurt-Yükçü, Ş. ve Demircioğlu, H. (2017). Okul öncesi dönem çocuklarının duygu düzenleme becerilerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 442-66.
- Cüceloğlu, D. (2009). Ergenlik ve öfke sorusu. Erişim adresi: <http://www.dogancuceloglu.net/yazilar/520/ergenlik-ve-ofke-sorusu/>
- Çoruk, A. ve Akçay, R. C. (2012). Yönetim Süreçleri Açısından Yöneticilerin Duygu Yönetimi Davranışları Ölçeği. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 81-94.
- Danışık, N. D. (2005). *Ergenlerin sürekli öfke-öfke ifade tarzları ile problem çözme becerileri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Dodge, K. A. ve Garber, J. (1991). *Domains of emotion regulation*. J. Garberand ve K. A. Dodge (Ed.). The development of emotion regulation and dysregulation (pp. 3-14). Cambridge: Cambridge University Press.
- Duman, N. (2018). *Duygudurum düzenlemenin çevirideki önemi*. F. Çoban ve M. C. Odacıoğlu (Ed.). “Çevirmen Psikolojisi” içinde. (s.179-188). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Duman, N. (2018b). *Peri masalları ve çizgi animasyon filmlerindeki zihin durumlarının incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Adli Tıp Enstitüsü, İstanbul.
- Duy, B. ve Yıldız, M. A. (2014). Ergenler için duygu düzenleme ölçeğinin Türkçe’ye uyarlanması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(41), 23-35.
- Elkin, N. ve Karadağlı, F. (2016). Üniversite öğrencilerinin öfke ifade tarzı ve ilişkili faktörler. *Anadolu Kliniği*, 21(1), 64-71.

- Ercengiz, M. ve Şar, A.H. (2017). Ergenlerde internet bağımlılığının yordayıcı olarak duygu düzenlemedeki rolü. *Sakarya University Journal of Education*, 7(1), 183-94.
- Giles, J. W. ve Heyman, G. D. (2005). Young children's beliefs about the relationship between gender and aggressive behavior. *Child Development*, 76(1), 107-21.
- Gross, J. J. ve Muñoz, R. F. (1995). Emotion regulation and mental health. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 2, 151-64.
- Gross, J. J. ve Thompson, R. A. (2007). *Emotion regulation: Conceptual foundations*. In J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation* (pp. 3-24). New York: Guilford Press.
- Hall, G. S. (1904). *Adolescence: its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education*. New York: D Appleton.
- Kafaji, T. (2013). *The triumph over the mediocre self: A manual for the art and science of living*. Author House: Bloomington, IN.
- Karasar, N. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemi kavramlar ilkeler teknikler*. Ankara: Nobel.
- Kiraz, E. ve Demirkıran, F. (2017). Ergenlerde öfke ifade tarzı, atılganlık düzeyi ve ilişkili faktörler. *Uluslararası Hakemli Psikiyatri ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi*, 9, s. 21-43. doi: 10.17360/UHPPD.2017.2.1
- McKinnie-Burney, D. (2001). *AARS-Adolescent Anger Rating Scale. Professional manual*. Florida: PAR Psychological Assessment Resources Inc.
- Phillips, K.F.V. ve Power, M.J. (2007). A new self-report measure of emotion regulation in adolescents: The regulation of emotions questionnaire. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 14(2), 145-56. doi:10.1002/cpp.523
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2(3), 223-8. doi:10.1016/s2352-4642(18)30022-1
- Soykan, Ç. (2003). Öfke ve öfke yönetimi. *Kriz Dergisi*, 11(2), 19-27.
- Telman, N. ve Ünsal, P. (2005). *İnsan ilişkilerinde iletişim*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık Hizmetleri.
- Temel, V. ve Nas, K. (2018). Okul sporlarına katılan lise öğrencilerinin öfke düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 20(1), 80-95.
- World Health Organization Technical Report Series 308. (1965). *Health problems of adolescents*. Geneva: World Health Organization. Erişim adresi: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/38425/WHO_TRS_308.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- World Health Organization Expert Committee (1977). *Health needs of adolescents*. Geneva: World Health Organization. Erişim adresi: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/41252/WHO_TRS_609.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yıldız, M. A. (2016). Ergenlerde yalnızlık ile pozitiflik arasındaki ilişkide duygu düzenleme yöntemlerinin çoklu aracılığı. *Eğitim ve Bilim*, 41(186), 217-31.
- Yöndem, Z. D. ve Bıçak, B. (2008). Öğretmen adaylarının öfke düzeyi ve öfke tarzları. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1-15.

Türkiye’de Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programlarında Çokkültürlülük Olgusu: 1998 ve 2004 Programlarının Karşılaştırılması

Doç. Dr. Yusuf Keskin^{1*}

Doç. Dr. Sevgi Coşkun Keskin²

Cihan Taş³

Geliş tarihi: 27.12.2018

Kabul tarihi: 08.01.2019

Atf bilgisi:

Uluslararası Bilimsel

Araştırmalar Dergisi (IBAD)

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 10-20 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 20%

¹ Sakarya Üniversitesi, Türkiye,

ykeskin@sakarya.edu.tr,

ORCID ID 0000-0002-1072-6708

² Sakarya Üniversitesi, Türkiye,

scoskun@sakarya.edu.tr,

ORCID ID 0000-0002-8477-6134

³ Mareşal Fevzi Çakmak Ortaokulu,

İstanbul, Türkiye,

chn_fnr_1991@hotmail.com,

ORCID ID 0000-0002-9484-0742

* Sorumlu yazar

ÖZ

Çokkültürlü eğitimde önemli görülen insan haklarına saygılı olma, farklılıklara hoşgörü ile yaklaşma gibi becerileri okul ortamında öğrencilere kazandıracak en önemli ders sosyal bilgilerdir. Sosyal bilgiler, sosyal ve beşerî bilimlerin vatandaşlık yeterliliklerini geliştirmek amacıyla kaynaştırıldığı bir derstir. Bu çalışmada, farklı felsefelere dayanan 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının çokkültürlülük olgusuna yer verme durumunun karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanarak yapılan çalışmada veri kaynağı 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarıdır. Elde edilen veriler nitel içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan çalışma sonucunda 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının genel amaçlar, açıklamalar ve amaçlarında/kazanımlarında çokkültürlülük olgusuna yer verildiği tespit edilmiştir. Çokkültürlülük vurgusunun 1998 programına kıyasla 2004 programında daha fazla olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: çokkültürlülük, çokkültürlü eğitim, sosyal bilgiler, öğretim programı

Multiculturalism in Social Studies Curriculum in Turkey: A Comparison of 1998 and 2004 Social Studies Curriculum

Assoc. Prof. Dr. Yusuf Keskin^{1*}

Assoc. Prof. Dr. Sevgi Coşkun Keskin²

Cihan Taş³

First received: 27.12.2018

Accepted: 08.01.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 10-20 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 20%

¹ Sakarya University, Turkey,

ykeskin@sakarya.edu.tr,

ORCID ID 0000-0002-1072-6708

² Sakarya University, Turkey,

scoskun@sakarya.edu.tr,

ORCID ID 0000-0002-8477-6134

³ Mareşal Fevzi Çakmak Middle School,
İstanbul, Turkey,

chn_fnr_1991@hotmail.com,

ORCID ID 0000-0002-9484-0742

* Corresponding Author

ABSTRACT

In multicultural education, the social studies are the most important discipline for allowing students to gain certain skills, such as respecting human rights, and having tolerance toward differences in the school environment. Social studies are such discipline in which social and human sciences are combined for the purpose of improving efficiency of citizenship. In this research, curriculums of 1998 and 2004 social studies courses were examined to see how the approach to multiculturalism varies, regarding that the curriculums were based on different philosophies. Document analysis technique was used as qualitative content analysis. Multiculturalism was included in the general aims, explanations and objectives/acquisitions of the social studies course curriculums in both 1998 and 2004. However, multiculturalism was more prevalent in the 2004 program when compared to the 1998 program.

Keywords: multiculturalism, multicultural education, social studies, curriculum

GİRİŞ

Çokkültürlülük kavramı modernite dönemine ait yeni bir kavram olmakla birlikte, geçmişte kurulan büyük imparatorlukların tamamı aslında çokkültürlü bir yapıya sahiptir (Kaya, 2013). Bu imparatorluklar bünyesinde farklı dilleri konuşan, farklı dini ve inancı olan, farklı ırklara mensup insanların bir arada yaşadığı görülmektedir. Örneğin Osmanlı İmparatorluğu döneminde farklı toplumlar bir arada yaşamakta, aynı mahallede oturmakta, ibadet yerleri farklı olsa da ortak mekânlarda sohbet etmektedirler (Anık, 2012; Kymlicka, 2015). Çeşitli kültürler geçmişten bugüne her zaman birlikte yaşamışlardır. Tarihin hiçbir döneminde kültürler birbirleriyle tamamen ilişkisiz, tümüyle içine kapalı olmamışlardır (Çelik, 2008; Şan, 2005).

İmparatorlukların mirasçıları olarak kurulan ulus devletler de aslında çokkültürlülüğü miras almışlardır. İlk zamanlarda ulus devletler bu çokkültürlü olma durumunu inkâr etseler de zamanla bu durum değişmiştir (Üstel, 2011). Özellikle 2. Dünya Savaşı sonrası devletlerin bağımsızlıklarının kazanması, ülkeler arasında yaşanan göç olayları, ulus devletlerin içindeki azınlık grupların kültürel, toplumsal ve siyasi taleplerine karşılık olarak, çokkültürlülük kavramı önem kazanmıştır (Canatan, 2009; Cırık, 2008). Son dönemlerde Türkiye’de de farklı kültürel değerlerin ve zenginliklerin siyasi, sosyal ve eğitim alanlarında gündeme geldiği, bu konuda bilimsel çalışmaların hızlandığı görülmektedir (Kaya, 2013). Çokkültürlülük, ırk, etnik yapı, dil, cinsel yönelim, cinsiyet, yaş, engelli olma, sosyal sınıf, eğitim, dinsel yönelim ve diğer kültürel boyutların farkına varılmasıdır (American Psychology Association [APA], 2003). Çokkültürlü eğitim ise, bir toplumdaki kültürel grupların değer farklılıklarını temele alma ve kültürel çeşitliliğe önem vermektir (Santrock, 2001). Ayrıca insanlara ait özelliklerin (cinsiyet, dini inanç, cinsel tercih, dil, ırk gibi) farkına varılması, bunların kabul edilmesi ve hoşgörü ile karşılanmasıdır (Banks, 2009). Bu eğitim anlayışı Amerika Birleşik Devletleri’nde 1960’lı yıllarda başlayan azınlık hakları hareketleriyle doğmuş ve günümüzde öğrencilerin kültürel farklılıklarını dikkate alınarak, eğitimin eşitlik ve adalet ilkeleri çerçevesinde geliştirilmesini benimsemiştir (Açıklan, 2010).

Türkiye, Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde Anadolu’da yaşayan değişik grupların, dil, kültür ve dini özelliklerini eğitim alanında göz önünde bulundurmaya başlamıştır. Ayrıca Türkiye’ye gelen ve gelecek olan yabancılardan dolayı da Türkiye, eğitim alanında yeni kavramlar, projeler, programlar, okul organizasyon tipleri, öğretmen yetiştirme modelleri, eğitim ve öğretim materyalleri geliştirme konularında, ihtiyaçlara yanıt verecek politikalar geliştirmek zorundadır (Coşkun, 2006). Bu politikalar geliştirilirken başvurulacak temel referans noktalarından biri ise hiç şüphesiz çokkültürlü eğitimidir.

Çokkültürlü eğitimde, insan haklarına saygılı olma, farklılıklara hoşgörü ile yaklaşma gibi değerlerin öğrencilere kazandırılması önemlidir. Türkiye’de bu değerlerin ilköğretim düzeyinde çocuklara kazandırılabilmesi en önemli ders sosyal bilgilerdir (Keskin, 2008). Ayrıca vatandaşlık eğitiminde bir araç olarak görülen sosyal bilgiler dersinde Türk kültürüne ek olarak farklı kültürlerin tanıtılması da amaçlanmaktadır (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 2004). Buradan hareketle çokkültürlülüğün eğitim ve öğretim alanında yansıtılabileceği en uygun dersin sosyal bilgiler olduğu söylenebilir (Akhan ve Yalçın, 2016; Keskin ve Yaman, 2014). Yılmaz ve Yiğit (2010: 331)’in ifadesiyle “*Sosyal Bilgiler eğitimi programlarında küresel ve çok kültürlü eğitime ilişkin derslerin [konuların/kazanımların] konulması öğrencilerin bu alanda kendilerini daha iyi yetiştirmelerine, toplumu ve tüm dünya insanlarını ilgilendiren olayları ve sorunları geniş bir perspektiften ele alarak değerlendirmelerine yardımcı olacaktır.*”

Bu çalışmada, yukarıdaki açıklamalardan hareketle 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında çokkültürlülük olgusuna yer verme durumunun tespit edilerek karşılaştırılması amaçlanmıştır.

AMAÇ ve YÖNTEM

Bu çalışmada 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının çokkültürlülük bağlamında karşılaştırılması amaçlandığından nitel araştırma yöntemleri içinde yer alan *doküman analizi* kullanılmıştır. Doküman analizi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Geçmişten kalan veya güncel yazılı belgeler, sosyal araştırmalar için önemli veri kaynaklarıdır. Bu nedenle bazı araştırmalar sadece yazılı belgelere dayalı olarak yapılabilir (Punch, 2005; Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Ayrıca bu çalışmada kullanılan sosyal bilgiler öğretim programları seçilirken amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme kullanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde araştırmacı yeni bir uygulamayı veya durumu tanıtmak istiyorsa, yeni uygulama veya durumun geçerli olduğu bir dizi örnek arasından, en tipik bir veya birkaç tanesini seçerek çalışabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Çokkültürlülük ve çokkültürlü eğitim olgusu Türkiye’de özellikle son zamanlarda daha da önem kazanmıştır. Bu olgunun eğitim alanındaki yansımalarını tespit etmek amacıyla 1998 ve 2004 sosyal bilgiler öğretim programları kullanılmıştır. 1998 programı davranışçı ekole uygun hazırlanmış son öğretim programıdır. 2004 programında ise eğitime bakış açısı değişmiş, bilişselci ve yapılandırmacı bir anlayışa geçilmiştir. Bu nedenle araştırmada bu iki programın çokkültürlülük olgusuna yer verme durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Cumhuriyetin ilanından günümüze yayınlanmış öğretim programları toplu olarak incelendiğinde temelde iki kısımdan oluştuğu söylenebilir. İlk kısım programa ait tanıtıcı bilgilerin (genel amaçlar, açıklamalar, uygulayıcılara notlar vb.) verildiği giriş, ikincisi ise programın öğelerinin (hedef, içerik, eğitim durumları ve değerlendirme) yer aldığı esas kısımdır (Keskin, 2002). Öğretim programlarının giriş kısmında verilen genel amaçlar ve açıklamalarda programın ana yapısını ve nelere ağırlık verdiğini (değer, kavram, beceri gibi) tespit etmek mümkündür. Programların esas kısmını oluşturan öğeler içinde ise en önemlisi ise hedefler/kazanımlardır. Zira diğer program öğeleri (içerik, eğitim durumları ve değerlendirme) hedeflerin yönlendirmesiyle belirlenir. Bu nedenle çalışmada 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programları çokkültürlü eğitim bağlamında analiz edilirken öncelikle programların girişinde yer verilen genel amaç ve açıklamalar, sonrasında ise sınıflar düzeyinde yer verilen hedefler/kazanımlar dikkate alınmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programları çokkültürlülük olgusuna yer verme durumları bakımından karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma ilk olarak genel amaçlar ve açıklamalar, ikinci olarak ise özel amaçlar/kazanımlar üzerinden yapılmıştır.

1998 ve 2004 Programlarının ‘Genel Amaçlar’ ve ‘Açıklamalar’ Bakımından Karşılaştırılması

1998 ve 2004 sosyal bilgiler programlarının ‘genel amaçlar’ ve ‘açıklamalar’ bölümünde çokkültürlülüğe yer verme durumları aşağıdaki tabloda (Tablo 1) karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Tablo 1. 1998 ve 2004 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programlarının Giriş Bölümlerinin Çokkültürlülük Bağlamında Karşılaştırılması

ÇOKKÜLTÜRLÜLÜK OLGUSU	1998 PROGRAMI		2004 PROGRAMI	
	Genel Amaçlar (34 madde)	Açıklamalar (43 madde)	Genel Amaçlar (17 madde)	Açıklamalar (17 madde)
Doğrudan	1 (md: 2)	1 (md: 11)	2 (md: 16, 17)	1 (md: 6)
Dolaylı	8 (md: 1, 3, 8, 1, 3, 4, 5, 4)	8 (md: 1, 5, 8, 9, 10, 16, 32, 39)	3 (md: 4, 14, 15)	3 (md: 3, 7, 9)
Toplam	9 / %26	9 / %21	5 / %29	4 / %24

1998 sosyal bilgiler programının genel amaçları değerlendirildiğinde; toplam 34 maddeden 1 maddenin (md: 2) doğrudan, 8 maddenin (md: 1, 3, 8, 1, 3, 4, 5, 4) dolaylı olarak çokkültürlülükle ilgili olduğu belirlenmiştir. 2004 programında ise genel amaçlarından toplam 17 maddeden 3 maddenin (md: 4, 16, 17) doğrudan, 2 maddenin (md: 14, 15) dolaylı olarak çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Oransal olarak bakıldığında, 1998 programında yer alan toplam 34 maddeden 9’u (%26), 2004 programında ise toplam 17 maddeden 5’i (%29) çokkültürlülük ile ilgilidir.

1998 programının açıklamalar kısmı değerlendirildiğinde; toplam 43 maddeden 1 maddenin (md: 11) çokkültürlülük ile doğrudan, 8 maddenin (md: 1, 5, 8, 9, 10, 16, 32, 39) ise dolaylı olarak ilgili olduğu tespit edilmiştir. 2004 programının açıklamalar kısmında ise toplam 17 maddeden 1 maddenin (md: 6) çokkültürlülük ile doğrudan, 3 maddenin (md: 3, 7, 9) de dolaylı olarak ilgili olduğu belirlenmiştir. Oransal olarak bakıldığında, 1998 programında yer alan toplam 43 maddeden 9’u (%21), 2004 programında ise toplam 17 maddeden 4’ü (%24) çokkültürlülük ile ilgilidir.

Yukarıdaki bulgular doğrultusunda, 1998 programında yer alan genel amaçların neredeyse dörtte birlik kısmının (%26), 2004 programında ise yaklaşık üçte birlik kısmının (%29) çokkültürlülük ile ilgili olduğu söylenebilir. Her iki programın açıklamalar kısmındaki maddeleri çokkültürlülük bağlamında değerlendirildiğinde 1998 programında yaklaşık beşte bir (%21), 2004 programında ise yaklaşık dörtte bir (%24) oranında bir bağlantı tespit edilmiştir.

1998 sosyal bilgiler programının genel amaçlar ve açıklamalar kısmında, ailesine, milletine, vatanına sadık ve iyi vatandaş olmanın önemi üzerinde durulmuştur (MEB, 1998; Semenderoğlu ve Gülersoy, 2005). Burada iyi vatandaştan kasıt birlik ve beraberlik içinde, toplumdaki farklılık ve benzerlikleri benimsemiş vatandaşların yetiştirilmesidir. Öğrenme ortamlarında farklı kültürler hakkında bilgi verilmesi ve öğrencilerde farkındalık oluşturulması çokkültürlü eğitimin ana amaçlarından biridir. 1998 programının amaçlar ve açıklamalar kısmında çokkültürlülük bağlamında vurgu yapılan diğer konular özetle şunlardır:

- Öğrencilerin beraber çalışma, sorumluluk alma, karar verme ve toplum hayatının dayandığı temel ilkeleri benimseyen bireyler olmalarını sağlamak.
- Öğrencilerin demokratik rejimi benimseyen vatandaşlar olmalarını sağlamak.
- Tüm insanların yaş, cinsiyet, ırk, dil vb. fark etmeksizin eşit oldukları bilincinin oluşturulması.
- Sınıf ve eğitici kol çalışmalarında aday olmada, çeşitli iş ve grup çalışmalarında öğrencilerin cesaretlendirilmesi.
- Yardımlaşma, başkalarının görüş ve düşüncelerine saygı duyma gibi değerlerin öğrencilere kazandırılması.

2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programının genel amaçlar ve açıklamalar kısmında çokkültürlülük bağlamında vurgu yapılan konular ise özetle şunlardır:

- Hukuk kurallarının herkes için geçerli ve eşit olması.
- Dil, din, ırk, yaş, cinsiyet vb. ayırım yapmaksızın herkesin eşit olması.
- Farklılıklara değer verme, çoklu bakış açısı ve kültürel mirasa önem verme.
- Türkiye’yi ve dünyayı ilgilendiren sorunlara karşı duyarlı olma.
- Dünya üzerindeki ülkeler, diller, dinler, ırklar vb. konular ile ilgili farkındalık oluşturma.

1998 ve 2004 sosyal bilgiler öğretim programlarının genel amaç ve açıklamalarında tespit edilen ve yukarıda özet şeklinde verilen çokkültürlülüğe ait bulguların, ortak tema odaklı dağılımı aşağıdaki tabloda (Tablo 2) karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Tablo 2. 1998 ve 2004 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programlarında Çokkültürlülüğe Ait Ortak Temalar

Ortak Tema	1998 Programı	2004 Programı
Aile	3	1
Farklı düşüncede olanı dinleme	1	2
Dayanışma	1	3
Yardımlaşma	2	3
Kadın	1	1
Milli kültür	1	4
Çocuk hakları	3	3
Küresel sorunlar	2	2
Farklı devletler ile siyasi, sosyal ve kültürel ilişki	3	10
Toplam	17	29

Tablo 2 incelendiğinde, her iki programda çokkültürlülük ile ilgili benzer temaların olduğu görülmektedir. Tek tek temasal dağılımlar değerlendirildiğinde;

- Aile, ailede sevgi, saygı, hoşgörü gibi ilkelerin 1998 programda daha ağırlıklı olduğu görülmektedir.
- Farklı düşüncede olanları dinleme, saygı duyma gibi ilkelere 2004 programında daha fazla vurgu yapılmıştır.

- Dayanışma (ülke içinde ve ülke dışında yaşanan olumsuz olaylar ya da bireyler arasında) değeri 2004 programında daha ağırlıklı yer almaktadır.
- Yardımlaşma değerine yapılan vurgu 2004 programında biraz daha fazladır.
- Kadın, cinsiyet ayrımı gibi temalara her iki programda da aynı düzeyde ağırlık verilmiştir.
- Milli kültür ve kültürel mirasımız ile ilgili temalara bakıldığında 2004 programında daha çok yer verildiği görülmektedir. Buradan hareketle 2004 programıyla ülkemizdeki kültürel mirasın ve kültürel farklılıkların öğrencilere daha çok fark ettirilmeye çalışıldığı söylenebilir.
- Çocuk hakları temasına bakıldığında her iki programda da çocukların korunması, çocuk hakları, çocukların eğitimi vb. konulara aynı ağırlıkta yer verildiği görülmektedir.
- Küresel sorunlar temasına bakıldığında, iki programda da küresel sorunlar konusunda yardımlaşma, dayanışma, ülkelerin sorumluluğu gibi konulara aynı oranda yer verilmiştir.
- Farklı devletler, dünya üzerindeki devletler ile olan siyasi, sosyal ve kültürel etkileşimler, farklı devletler hakkında bilgiler verilmesi, onların kültürleri hakkında farkındalık uyandırılması gibi çokkültürlülüğe uygun olan son temaya ise 2004 programında daha çok vurgu yapılmıştır.

Sonuç olarak; 1998 ve 2004 sosyal bilgiler programlarının giriş kısmında verilen genel amaçlar ve açıklamaların çokkültürlülük bağlamında ortak temalara sahip oldukları, ancak temalara ait frekanslara bakıldığında ise 2004 programında 1998 programına oranla çokkültürlülük vurgusuna daha çok yer verildiği görülmektedir.

1998 ve 2004 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programlarının Amaç/Kazanımlarının Çokkültürlülük Bağlamında Karşılaştırılması¹

Bu başlık altında karşılaştırma sınıflar düzeyinde ve amaçlar/kazanımlar üzerinden yapılmıştır.

4. Sınıf Düzeyindeki Amaç/Kazanımların Karşılaştırılması

Bu sınıf düzeyinde 1998 programında toplam 96 amaç, 2004 programında ise 44 kazanım yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda (Tablo 3) bu sınıf düzeyindeki amaç/kazanımlarda çokkültürlülüğe ne oranda yer verildiği gösterilmiştir.

Tablo 3. 1998 ve 2004 Öğretim Programlarında 4. Sınıf Düzeyinde Yer Alan Amaç/Kazanımların Çokkültürlülük Bağlamında Karşılaştırılması

1998 Programı Üniteler	Amaç Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Aile, Okul ve Toplum Hayatı	32	9	1	31,25
2. Yakın Çevremiz	16	-	-	0
3. İlimiz Ve Bölgemizi Tanıyalım	32	-	-	0
4. Tarih, İlk Yurdumuz ve Tarihte Anadolu	16	-	1	6,25
Toplam	96	11		11,45
2004 Programı Üniteler	Kazanım Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Kendimi Tanıyorum	6	2	-	33,3
2. Geçmişimi Öğreniyorum	6	1	-	16,6
3. Yaşadığımız Yer	8	-	-	0
4. Üretimden Tüketime	7	-	-	0
5. İyi Ki Var	6	-	-	0
6. Hep Birlikte	5	1	-	20,0
7. İnsanlar ve Yönetim	4	-	-	-
8. Uzaktaki Arkadaşlarım	4	4	-	100,0
Toplam	44	8		18,18

1998 sosyal bilgiler programındaki 4. sınıf düzeyinde yer alan toplam 4 üniteden 2’sindeki amaçların çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘Aile, Okul ve Toplum Hayatı’ ünitesinde 32 amaçtan 9 amaç doğrudan, 1 amaç ise dolaylı olarak; ‘Tarih, İlk Yurdumuz ve Tarihte Anadolu’ ünitesinde ise 16 amaçtan 1 amaç dolaylı olarak çokkültürlülük ile ilişkilidir. 2004 sosyal bilgiler programındaki 4. sınıf

¹1998 programında sınıflar düzeyinde ‘amaçlar’ yer almakta iken, 2004 programında aynı görevi üstlenen ‘kazanım’ ifadelerine yer verilmiştir. Bu nedenle metinde ‘amaç/kazanımlar’ ifadesi kullanılmıştır.

kazanımları değerlendirildiğinde ise 8 üniteden 4 ünitadaki kazanımların çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘*Kendimi Tanıyorum*’ ünitesinde 6 kazanımdan 2’sinde doğrudan; ‘*Geçmişimi Öğreniyorum*’ ünitesinde 6 kazanımdan 1’inde doğrudan; ‘*Hep Birlikte*’ ünitesinde 5 kazanımdan 1’inde doğrudan; ‘*Uzaktaki Arkadaşlarım*’ ünitesinde ise 4 kazanımın tamamında doğrudan çokkültürlülüğe vurgu yapıldığı belirlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde; 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında 4. sınıf düzeyinde yer alan toplam 96 amaç ifadesinden 11’inde (%11,45), 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında ise toplam 44 kazanımdan 8’inde (%18,18) çokkültürlülük olgusuna yer verildiği tespit edilmiştir. Buradan hareketle bu sınıf düzeyinde çokkültürlülük olgusuna 2004 programında, 1998 programına göre daha çok vurgu yapıldığı söylenebilir.

5. Sınıf Amaç/Kazanımlarının Karşılaştırılması

Bu sınıf düzeyinde 1998 programında toplam 62 amaç, 2004 programında ise 46 kazanımın yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda (Tablo 4) bu sınıf düzeyindeki amaç/kazanımlarda ne oranda çokkültürlülüğe yer verildiği gösterilmiştir.

Tablo 4. 1998 ve 2004 Öğretim Programlarında 5. Sınıf Düzeyinde Yer Alan Amaç/Kazanımların Çokkültürlülük Bağlamında Karşılaştırılması

1998 Programı Üniteler	Amaç Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Vatan ve Millet	7	3	1	57,14
2. Cumhuriyete Nasıl Kavuştuk?	12	1	-	8,3
3. Güzel Yurdumuz Türkiye	31	-	-	0
4. İslamiyet’in Doğuşu, Yayılışı ve Türkler	12	-	-	0
Toplam	62	5		8,06
2004 Programı Üniteler	Kazanım Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Haklarımı Öğreniyorum	4	1	-	25,0
2. Adım Adım Türkiye	6	3	-	50,0
3. Bölgemizi Tanıyalım	7	-	-	0
4. Ürettiklerimiz	7	-	-	0
5. Gerçekleşen Düşler	6	-	-	0
6. Toplum İçin Çalışanlar	5	1	-	20,0
7. Bir Ülke, Bir Bayrak	5	-	-	0
8. Hepimizin Dünyası	6	4	2	33,3
Toplam	46	11		23,91

1998 sosyal bilgiler programındaki 5. sınıf düzeyinde yer alan toplam 4 üniteden 2’sindeki amaçların çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘*Vatan ve Millet*’ ünitesinde 7 amaçtan 3 amaç doğrudan, 1 amaç dolaylı; ‘*Cumhuriyet’e Nasıl Kavuştuk*’ ünitesinde 12 amaçtan 1 amaç ise doğrudan çokkültürlülük ile ilişkilidir. 2004 programındaki 5. sınıf kazanımları değerlendirildiğinde ise 8 üniteden 4 ünitadaki kazanımların çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘*Haklarımı Öğreniyorum*’ ünitesinde 4 kazanımdan 1’inde doğrudan; ‘*Adım Adım Türkiye*’ ünitesinde 6 kazanımdan 3’ünde doğrudan; ‘*Toplum İçin Çalışanlar*’ ünitesinde 5 kazanımdan 1’inde doğrudan; ‘*Hepimizin Dünyası*’ ünitesinde 6 kazanımdan 4’ünde doğrudan, 2’sinde ise dolaylı olarak çokkültürlülüğe vurgu yapıldığı belirlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde; 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bu sınıf düzeyinde yer alan 62 amaç ifadesinin 5’inde (%8,06), 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında ise toplam 46 kazanımın 11’inde (%23,91) çokkültürlülük olgusuna yer verildiği tespit edilmiştir. Buradan hareketle bu sınıf düzeyinde çokkültürlülük olgusuna 2004 programında, 1998 programına göre yaklaşık 4 kat daha fazla vurgu yapıldığı söylenebilir.

6. Sınıf Amaç/Kazanımlarının Karşılaştırılması

Bu sınıf düzeyinde 1998 programında toplam 107 amaç, 2004 programında ise 43 kazanımın yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda (Tablo 5) bu sınıf düzeyindeki amaç/kazanımlarda ne oranda çokkültürlülüğe yer verildiği gösterilmiştir.

Tablo 5. 1998 ve 2004 Öğretim Programlarında 6. Sınıf Düzeyinde Yer Alan Amaç/Kazanımlarının Çokkültürlülük Bağlamında Karşılaştırılması

1998 Programı Üniteler	Amaç Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Demokratik Hayat	23	7	4	47,82
2. Coğrafya ve Dünyamız	18	1	2	16,6
3. Türkiye Tarihi	14	-	-	0
4. Moğollar ve Diğer Türk Devletleri	6	-	-	0
5. Türkiye’imiz	32	3	-	9,37
6. Osmanlı Devleti’nin Kuruluşu	14	-	-	0
Toplam	107	17		15,88
2004 Programı Üniteler	Kazanım Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Sosyal Bilgiler Öğreniyorum	6	-	-	0
2. Yeryüzünde Yaşam	7	1	-	14,28
3. İpek Yolunda Türkler	9	-	-	0
4. Ülkemizin Kaynakları	6	-	-	0
5. Ülkemiz ve Dünya	5	3	-	60,0
6. Demokrasinin Serüveni	5	3	-	60,0
7. Elektronik Yüzyıl	5	-	-	0
Toplam	43	7		16,27

1998 sosyal bilgiler programında 6. sınıf düzeyinde yer alan toplam 6 üniteden 3’ündeki amaçların çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘*Demokratik Hayat*’ ünitesinde 23 amaçtan 7’si doğrudan, 4’ü dolaylı olarak; ‘*Coğrafya ve Dünyamız*’ ünitesinde 18 amaçtan 1’i doğrudan, 2’si dolaylı olarak; ‘*Türkiye’imiz*’ ünitesinde ise 32 amaçtan 3’ü doğrudan çokkültürlülük ile ilişkilidir. 2004 programdaki 6. sınıf kazanımları değerlendirildiğinde toplam 7 üniteden 3’ünde çokkültürlülük ile ilgili kazanımların olduğu tespit edilmiştir. ‘*Yeryüzünde Yaşam*’ ünitesinde 7 kazanımdan 1’inde doğrudan; ‘*Ülkemiz ve Dünya*’ ünitesinde 5 kazanımdan 3’ünde doğrudan; ‘*Demokrasinin Serüveni*’ ünitesinde ise 5 kazanımdan 3’ünde doğrudan çokkültürlülüğe vurgu yapıldığı belirlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde; 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bu sınıf düzeyinde yer alan toplam 107 amaç ifadesinin 17’sinde (%15,88), 2004 sosyal bilgiler öğretim programında ise toplam 43 kazanımdan 7’sinde (%16,27) çokkültürlülük olgusuna yer verildiği tespit edilmiştir. Buradan hareketle bu sınıf düzeyinde çokkültürlülük olgusuna yapılan vurgunun her iki programda da aynı düzeyde olduğu ve oransal olarak önemli bir farklılık olmadığı söylenebilir.

7. Sınıf Amaç/Kazanımlarının Karşılaştırılması

1998 ve 2004 programlarının 7. sınıf düzeyinde yer alan amaç/kazanımlarda çokkültürlülük olgusuna yer verme durumunu gösteren tablo (Tablo 6) aşağıda verilmiştir.

Tablo 6. 1998 ve 2004 Öğretim Programlarında 7. Sınıf Düzeyinde Yer Alan Amaç/Kazanımlarının Çokkültürlülük Bağlamında Karşılaştırılması

1998 Programı Üniteler	Amaç Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. Türkiye’nin Coğrafi Bölgeleri	25	-	-	0
2. İstanbul’un Fethi ve Sonrası	11	-	-	0
3. Avrupa’da Yenilikler	5	-	-	0
4. 17. ve 18. Yüzyıllarda Osmanlı Devleti	8	-	-	0
5. 19. ve 20. Yüzyıllarda Osmanlı Devleti	10	-	-	0
6. Osmanlı Kültür ve Uygarlığı	4	-	-	0
7. Yurdumuzun Komşuları ve Türk Dünyası	23	7	1	34,78
Toplam	86	8		9,3
2004 Programı Üniteler	Kazanım Sayısı	Çokkültürlülük		%
		Doğrudan	Dolaylı	
1. İletişim ve İnsan İlişkileri	6	-	-	0
2. Ülkemizde Nüfus	5	-	-	0
3. Türk Tarihinde Yolculuk	8	2	-	25,0
4. Zaman İçinde Bilim	5	-	-	0
5. Ekonomi ve Sosyal Hayat	6	1	-	16,66
6. Yaşayan Demokrasi	5	-	-	0
7. Ülkeler Arası Köprüler	4	3	-	75,0
Toplam	39	6		15,38

1998 sosyal bilgiler programı 7. sınıf düzeyinde yer alan toplam 7 üniteden sadece 1’indeki amaçların çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘*Yurdumuzun Komşuları ve Türk Dünyası*’ adını taşıyan bu üniteye yer alan 23 amaçtan 7’si doğrudan, 1’i ise dolaylı olarak çokkültürlülük ile ilişkilidir. 2004 programındaki 7. sınıf kazanımları değerlendirildiğinde ise 7 üniteden 3 ünite kazanımlarının çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. ‘*Türk Tarihinde Yolculuk*’ ünitesinde 8 kazanımdan 2’sinde doğrudan; ‘*Ekonomi ve Sosyal Hayat*’ ünitesinde 6 kazanımdan 1’inde doğrudan; ‘*Ülkeler Arası Köprüler*’ ünitesinde ise 4 kazanımdan 3’ünde doğrudan çokkültürlülüğe vurgu yapıldığı görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde; 7. sınıf düzeyinde çokkültürlülük olgusuna 2004 programında, 1998 programına göre daha çok vurgu yapıldığı söylenebilir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının çokkültürlülük bağlamında karşılaştırılmasının amaçlandığı bu çalışmada ulaşılan sonuçları iki boyutta özetlemek mümkündür. İlk boyut programların giriş (genel amaçlar ve açıklamalar) kısmında, ikinci boyut ise sınıflar düzeyinde yer verilen amaç/kazanımlarda çokkültürlülük olgusuna yer verilme durumunun betimlenmesidir.

İlk boyutta, 1998 ve 2004 sosyal bilgiler programlarının giriş (genel amaçlar ve açıklamalar) kısımları karşılaştırıldığında, çokkültürlülük olgusuna 2004 programında 1998 programına göre daha çok vurgu yapıldığı tespit edilmiştir. 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programının genel amaçlarının yaklaşık dörtte birlik kısmının (%26), açıklamalar kısmının ise yaklaşık beşte birinin (%21) çokkültürlülük ile ilgili olduğu görülmüştür. 2004 öğretim programında ise genel amaçların üçte bire yakın kısmının (%29), açıklamalar bölümünün ise yaklaşık dörtte birlik kısmının (%24) çokkültürlülük ile ilgili olduğu tespit edilmiştir.

İkinci boyutta, sınıflar düzeyinde yer verilen amaç/kazanımlar karşılaştırıldığında ulaşılan sonuçlar şunlardır:

- **4. sınıf düzeyi:** 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bu sınıf düzeyinde yer alan amaçların yaklaşık %11’i, 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında ise kazanımların %18’i çokkültürlülük ile ilgilidir.
- **5. sınıf düzeyi:** 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bu sınıf düzeyinde yer alan amaçların %8’i, 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında ise kazanımların yaklaşık %24’ü çokkültürlülük ile ilişkilidir.
- **6. sınıf düzeyi:** 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bu sınıf düzeyinde yer alan amaçların yaklaşık %16’sı, 2004 programında yer alan kazanımlarında benzer şekilde %16’sı çokkültürlülük ile bağlantılıdır.
- **7. sınıf düzeyi:** 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bu sınıf düzeyinde yer alan amaçların yaklaşık %9’unda, 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında ise kazanımların yaklaşık %15’inde çokkültürlülük olgusuna yer verilmiştir.

Yukarıda her iki programda yer alan amaç/kazanımların çokkültürlülük olgusuna yaptıkları vurguya bakıldığında, 4., 5. ve 7. sınıf düzeylerinde 1998 programına kıyasla 2004 sosyal bilgiler programında çokkültürlülük olgusuna daha çok yer verildiği görülmektedir. 6. sınıf düzeyinde ise çokkültürlülük vurgusu iki programda da aynı düzeyde olup, arada oransal bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Alan yazın incelendiğinde, 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının çokkültürlülük bağlamında incelendiği daha önceden yapılmış farklı çalışmalar tespit edilmiştir. Bunlar, Cırık (2008), Keskin (2008), Açıkalin (2010), Polat (2009) ve Keskin ve Yaman (2014) tarafından yapılan çalışmalardır. Bu çalışmaların tamamında görülen ortak bulgu, 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında çokkültürlü eğitime yer verildiğidir. Keskin ve Yaman (2014) 2004 programında, sadece iki öğrenme alanında (‘*Kültür ve Miras*’ ve ‘*Küresel Bağlantılar*’) çokkültürlü eğitime yer verildiğini ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Açıkalin (2010), 2004 programında yer alan ‘*Küresel Bağlantılar*’ öğrenme alanının sınıflar düzeyinde kazanımlar ve etkinlikleri incelendiğinde kısmen çokkültürlü genel olarak da küresel eğitimi destekleyen öğeler görülmekle birlikte bunların yeterince vurgulanmadığını belirtmiştir. Polat (2009) tarafından yapılan çalışmada, çokkültürlü eğitimle ilgili kazanımların hem ders kazanımları hem de ara disiplin kazanımları içerisinde yer aldığı belirtilmiştir. Ayrıca 4. ve 5. sınıf düzeyindeki sosyal bilgiler kazanımlarının incelenmesi sonucu; her iki sınıf düzeyinde de 6 kazanımın çokkültürlü

eğitim ile ilgili olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışma sonunda, Polat (2009) tarafından yapılan çalışmadan farklı olarak 4. sınıf düzeyinde 8, 5. sınıf düzeyinde ise 11 kazanımın çokkültürlü eğitime uygun olduğu belirlenmiştir. Bu iki çalışmada tespit edilen kazanım sayılarında farklılık olmasına rağmen, elde edilen bulguların ve sonuçların birbirini desteklediği söylenebilir.

Keskin ve Yaman (2014) 2004 programında, çokkültürlü eğitime vurgu yapılan kazanımların tüm kazanımlara oranını yaklaşık %13 olarak belirtmişlerdir. Cırık (2008) ise yaptığı çalışmada bu oranı %17,2 olarak vermiştir. Bu çalışma sonunda ise 2004 programında, çokkültürlü eğitime vurgu yapılan kazanımların sınıflar düzeyinde yer alan tüm kazanımlara oranı yaklaşık %19 olarak belirlenmiştir. Bu oran Keskin ve Yaman (2013) tarafından verilen orana göre daha yüksek iken, Cırık (2008) tarafından tespit edilen oran ile hemen hemen aynıdır. Ayrıca bu çalışma sonunda Keskin ve Yaman (2014) ve Açıkalm (2010) tarafından yapılan çalışmalardan farklı olarak, çokkültürlülüğe vurgu yapılan kazanımların sadece bir veya birkaç öğrenme alanı/ünite ile sınırlı kalmadığı (bkz. Tablo 3, 4, 5 ve 6) tespit edilmiştir. Alan yazın taramasında, 1998 sosyal bilgiler dersi öğretim programında doğrudan çokkültürlülük olgusunu araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Keskin (2008) ve Ertürk (2006) tarafından yapılan çalışmalarda, 1998 ve 2004 sosyal bilgiler programları farklı açılardan karşılaştırılmış ve 2004 programının 1998 programından farklı olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmalara göre 1998 programı daha içe dönük (milliyetçi, muhafazakâr, korumacı), 2004 programı dışa dönük (küreselleşme, dünya ile entegrasyon) bir karaktere sahiptir. Bu çalışmanın sonunda da 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programında bir değişim olduğu tespit edilmiştir. 1998 programında vatan, millet, bayrak sevgisinin daha çok vurgulandığı ve milliyetçi/muhafazakâr bir yapının hâkim olduğu görülmüştür. 2004 programı incelendiğinde ise artık daha küresel konuların yer aldığı, farklılıklara daha çok yer veren bir anlayışın benimsendiği tespit edilmiştir.

Bu çalışma, 1998 ve 2004 sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının çokkültürlülük olgusu açısından karşılaştırmalı olarak incelemesi noktasında daha önce yapılan çalışmalardan ayrılmaktadır. Zira daha önce yapılan çalışmalarda sadece 2004 programı incelenmiş, 1998 programına dönük herhangi bir çalışma tespit edilememiştir. Bu çalışma sadece program boyutuna odaklanmış olup, ders kitapları ve sınıf içi uygulamalara bakılmamıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda 2018 tarihli yeni sosyal bilgiler programı, bu ve daha önceki programlara uygun hazırlanmış ders kitapları ve sınıf içi uygulamalar çokkültürlülük olgusu ve çokkültürlü eğitim noktasında incelenebilir.

Bilgilendirme / Acknowledgement: Bu çalışma, 05-08 Ekim 2017 tarihlerinde Muğla’da gerçekleştirilen ‘Uluslararası Eğitim ve Değerler Sempozyumu’nda sunulan sözlü bildirin genişletilmiş şeklidir.

KAYNAKÇA

- Açıkalm, M. (2010). Sosyal bilgiler eğitiminde yeni yaklaşımlar: Çokkültürlü ve küresel eğitim. *İlköğretim Online*, 9(3), 1226-1237.
- Akhan, O. ve Yalçın, A. (2016). Sosyal bilgiler öğretim programlarında çokkültürlü eğitimin yeri. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 23-46.
- Anık, M. (2016). Çokkültürlülük ve Osmanlı devleti. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27, 117-130. <http://dergipark.gov.tr/sefad/issue/16472/171914> adresinden alınmıştır.
- APA, (2003). Guidelines on multicultural education, training, research, practice, and organizational change for psychologists. *American Psychologist*, 58(5), 377-402.
- Banks, J. A. (2009). Multicultural education: Characteristic and goals. J. A. Banks & C. A. M. Banks (Ed.). *Multicultural education issues and perspectives* (pp. 3-32). US: John Wiley & Sons, Inc.
- Canatan, K. (2009). Avrupa toplumlarında çokkültürlülük: Sosyolojik bir yaklaşım. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 80-96.
- Cırık, İ. (2008). Çok kültürlü eğitim ve yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34, 27-40.
- Coşkun, H. (2006). Türkiye’de kültürlerarası eğitim. M. Hesapçıoğlu, & A. Durmuş (Ed.). *Türkiye’de eğitim bilimleri: Bir bilanço denemesi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 276-296.

- Çelik, H. (2008) Çokkültürlülük ve Türkiye’deki görünümü. *U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(15), 319-332.
- Ertürk, E. (2006). *Ders kitaplarında toplum, yurttaşlık, vatanseverlik ve ekonomi anlayışının dönüşümü: 1997 ve 2004 ilköğretim sosyal bilgiler ders kitapları üzerine bir içerik analizi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaya, Y. (2013). *Öğretmenlerin çokkültürlülük ve çokkültürlü eğitim hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi (Diyarbakır ili örneği)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dicle Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.
- Keskin, Y. (2002). *Türkiye’de II. Meşrutiyetten günümüze kadar uygulanmış olan sosyal bilgiler öğretim programlarının analizi ve karşılaştırılması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Keskin, Y. (2008). *Türkiye’de sosyal bilgiler öğretim programlarında değerler eğitimi: Tarihsel gelişim, 1998 ve 2004 programlarının etkililiğinin araştırılması*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Keskin, Y. ve Yaman, E. (2014). İlköğretim sosyal bilgiler programı ve ders kitaplarında yeni bir paradigma: Çokkültürlü eğitim. *Turkish Studies*, 9(2), 933-960.
- Kymlicka, W. (2015) *Çokkültürlü yurttaşlık: Azınlık haklarının liberal teorisi*. (Yılmaz, A., çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- MEB (1998). İlköğretim Okul Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı. *Tebliğler Dergisi*, 2487, 531-568.
- MEB (2004). Sosyal Bilgiler Öğretim Programı. <http://programlar.meb.gov.tr> adresinden alınmıştır.
- Polat, S. (2009). İlköğretim Programlarından Hareketle Çokkültürlü Eğitime Dayalı Sınıf Yönetimi. *International Congress on Intercultural Dialogue and Education* (152-171), October, 8-11 2009.
- Punch, K. (2005) *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. 2nd Edition, London: Sage.
- Santrock, J. W. (2001). *Educational psychology*. New York: McGraw Hill.
- Semenderoğlu, A. ve Gülersoy, A. E. (2005). Yeni ve eski 4-5. sınıf sosyal bilgiler programlarının değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 141-152.
- Şan, M. K. (2005). Farklılık ve çokkültürlülük siyasetleri üstüne bir deneme. *Milel ve Nihal*, 3(1-2), 67-114.
- Üstel, F. (2011). *Makbul vatandaşın peşinde II. Meşrutiyet’ten bugüne vatandaşlık eğitimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yılmaz, K. ve Yiğit, Ö. (2010). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Avrupa, Ortadoğu ve Türkiye’ye komşu ülkelere ilişkin algıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37, 229-242.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Rekabet mi, İşbirliği mi? Firmaların Büyüme ve Uluslararasılaşma Kararlarında Tedarikçilerinden Beklentilerine İlişkin Nitel Bir Çalışma

Prof. Dr. Recai Coşkun^{1*}
Kevser Sancaktutan²

Geliş tarihi: 25.12.2018

Kabul tarihi: 09.01.2019

Atf bilgisi:

*Uluslararası Bilimsel
Araştırmalar Dergisi (IBAD)*
Cilt: 4 **Sayı:** 1
Sayfa: 21-33 **Yıl:** 2019
Dönem: Kış

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 01%

¹İzmir Bakırçay Üniversitesi, Türkiye,
recai.coskun@bakircay.edu.tr
ORCID ID 0000-0002-5200-6098
²Sakarya Üniversitesi, Türkiye,
kevsersancaktutan@gmail.com
ORCID ID 0000-0002-5649-1844

* Sorumlu yazar

ÖZ

Çalışma, firmaların büyüme ve uluslararasılaşma kararlarında tedarikçilerden beklentilerini ve firma-tedarikçi ilişkisinde geleneksel/rekabetçi mi yoksa işbirlikçi bir yaklaşımın mı benimsendiğini saptamak amacıyla yürütülmüştür. Nitel araştırma olarak tasarlanan çalışmada belirlenen yedi firma yöneticisiyle mülakat yapılmış ve firmaların tedarikçilerinden beklentilerini ortaya çıkaracak sorular sorulmuştur. Mülakatlara uygulanan nitel içerik analizi sonucunda firmaların büyüme kararlarında tedarikçilerinden beklentilerinin öncelikli olarak ürünlerin kalitesi, maliyeti ve zamanında teslimi olduğu görülmüştür. Firmaların sadece bir tanesi uluslararasılaşma kararında tedarikçisinden maliyet konusunda beklentisi olduğunu güçlü bir şekilde belirtmiştir. Sonuç olarak, firmaların büyüme kararlarında genel olarak geleneksel/rekabetçi bir yaklaşımı olduğu; uluslararasılaşma eğilimleri düşük olduğu için bu konuda tedarikçilere önemli görev yüklemedikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tedarikçi, büyüme, uluslararasılaşma, nitel içerik analizi

Competition Or Cooperation: A Qualitative Study About The Firms' Expectations From Their Suppliers On Their Growth And Internationalization Decisions

Prof. Dr. Recai Coşkun^{1*}
Kevser Sancaktutan²

First received: 28.12.2018

Accepted: 09.01.2019

Citation:

*Journal of the International
Scientific Research (IBAD)*

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 21-33 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 01%

¹İzmir Bakırçay University, Turkey,
recai.coskun@bakircay.edu.tr

ORCID ID 0000-0002-5200-6098

²Sakarya University, Turkey,

kevsersancaktutan@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-5649-1844

* Corresponding Author

ABSTRACT

This study was conducted to determine firms' expectations from the suppliers for their growth and internationalization decisions and whether they adopt a traditional/competitive or a collaborative approach in such a relationship. This study is designed as a qualitative research where seven managers were interviewed and they were asked questions to find out the firm expectations from its suppliers. According to the result of the qualitative content analysis applied to the interviews, it was seen that in the growth decisions of the firms, the expectations from the suppliers were primarily quality, cost and timely delivery of the products they supply. Only one firm strongly underlined its cost advantage expectation from the suppliers for its internationalization decision. As a result, it is seen that firms generally have a traditionalist/competitive approach with their suppliers to their growth decisions; and since their internationalization tendency is low, they do not attain an important role to their suppliers in this issue.

Keywords: Suppliers, growth internationalization, qualitative content analysis

GİRİŞ

Firmalar amaçlarına ulaşmak, rekabet üstünlüğü sağlamak ve bu üstünlüğü koruyup geliştirmek için bir dizi stratejik seçenek geliştirip uygulamaktadırlar. Bunların başında büyüme ve uluslararasılaşma ile ilgili olanları gelmektedir. Bu stratejiler sayesinde firmalar pazar paylarını artırıp optimal büyüklüğe ulaşarak karlılıklarını artırmayı ve ölçek ekonomisi ile maliyet üstünlüğü elde etmeyi hedeflemektedirler. Büyüme süreci ise, hem ulusal hem de uluslararası pazarları değerlendirmeyi gerektiren stratejik bir seçenektir. Doymuş ulusal pazarlardan yeni uluslararası pazarlara açılmak ve bu sayede pazar çeşitlemesi yoluna giderek riskleri yaymak firmalar için giderek daha önemli bir stratejik seçenek haline gelmekte ve uluslararasılaşan firma sayısı da buna bağlı olarak artmaktadır. Bu çalışma yukarıdaki tespitlerden hareketle büyüme ve uluslararasılaşma stratejilerini odaklanmaktadır.

Firmalar büyüme ve uluslararasılaşma stratejilerini sürdürülebilir rekabet üstünlüğü oluşturabilmek için gerçekleştirirler. Bu stratejilerin başarısı iç ve dış çevresel etmenler tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenir. Bu etmenlerden önemli bir tanesi, firmalara girdi sağlayan tedarikçilerdir. Tedarikçiler, ana firmalara ham maddeden ileri düzeyde işlenmiş mamullere ve hizmetlere varan girdiler sağlarlar. Girdilerin kritikliği, hacmi, bulunurluğu, tedarikçi sayısı gibi birçok öge, tedarikçi ile ana firma arasındaki ilişkinin niteliğini belirler. Ama her koşulda firmanın faaliyet alanının bir sınırı vardır ve bu sınırlar dışında kalan şeyleri tedarikçi işletmelerden temin ederler. Bu yönüyle ana firmaların büyümeleri ve uluslararasılaşmaları belli oranda tedarikçilerin bir fonksiyonudur. Bu saptamaya bağlı olarak çalışmanın amacı, yazında yeterince ele alınmayan bir konu olan, firmaların büyüme ve uluslararasılaşmalarında tedarikçilerin rolünü ortaya koymaktır.

Teknolojik, siyasi ve yönetsel gelişmelere bağlı olarak üretim faaliyetlerinin dünya geneline yayılması ve hemen her ülkenin küresel ekonomik faaliyetlere belli düzeyde katkı verir konuma gelmesi sonucunda, üretim süreçleri birçok aşamalara bölünmüştür. Buna bağlı olarak da tedarikçiler ile ana firma arasındaki ilişkiler stratejik bir nitelik kazanmıştır. Bu durumda firmaların iki temel stratejik karar alanı olarak büyümeleri ve uluslararasılaşmalarında tedarikçilerin rolüne ilişkin farklı yöntemlerle yürütülecek araştırmalar hem kuramsal hem de pratik açıdan ilgili literatüre anlamlı katkılar yapabilecektir.

Firma-tedarikçi ilişkisinin stratejik kararlara olan etkisinde bir diğer önemli belirleyici ise bu ilişkinin oturduğu eksenin geleneksel/rekabetçi mi yoksa işbirlikçi mi olduğudur. Özellikle 1990'lardan itibaren Japonya kökenli bazı yönetim uygulamalarının Batılı üreticiler tarafından da uyarlanması ile firma-tedarikçi ilişkileri geleneksel/rekabetçi eksenden "stratejik ortak" ve işbirlikçi bir yaklaşıma doğru kaymaya başlamıştır. İşbirlikçi yaklaşım firmanın tedarikçi ile olan ilişkisinde sadece maliyet, miktar, standart, zamanında teslimat gibi geleneksel beklentileri değil, birlikte öğrenmek, sosyal ağlar oluşturup kullanmak, stratejik kararlar için geri bildirimler almak gibi çok daha geniş ve uzun soluklu bir ilişkiyi öngörmektedir. Çalışmada ayrıca bu konuyla ilgili bazı değerlendirmeler de yapılacaktır.

Çalışmada öncelikle büyüme ve uluslararasılaşma stratejilerinde tedarikçilerin rolüne ilişkin yazın incelemesi yapılacaktır. Sonrasında firma-tedarikçi ilişkisinde geleneksel ve işbirlikçi yaklaşımlar tartışılacaktır. Ardından araştırmanın tasarımı ve yürütülmesine ilişkin açıklamalar yapılacaktır. Çalışmanın bulguları ve bunlardan elde edilen çıkarımlar tartışıldıktan sonra sonuç ve öneriler sunulacaktır.

FİRMA-TEDARİKÇİ İLİŞKİSİNİN STRATEJİK ÖNEMİ

Firmalar stratejilerini belirlerken makro, endüstri ve mikro düzeyde çevresel faktörleri dikkate almak zorundadırlar. Endüstri düzeyinde firma stratejilerinin belirlenmesi aşaması için bir çevre analiz modeli oluşturan Porter (1979: 140-141) çalışmasında tedarikçiler ile ana firma arasındaki etkileşimine ilişkin açıklamalara da yer vermektedir. Porter (1990:79-86 aynı zamanda ulusların rekabet üstünlüğünün belirleyicilerini ortaya koyduğu "elmas modelinde" birbirleriyle "ilişkili ve destekleyici endüstrilerin" yani tedarikçilerin varlığının firmalar, dolayısıyla da ulusların rekabet üstünlüğü açısından önemini vurgulamaktadır.

Tedarikçilerin varlığı, çeşitliliği, becerileri ve yetkinlikleri girdi temin ettikleri firmalara ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet gücü kazandırır. Tedarikçilerin ana firmalara girdileri görece düşük fiyat yeterli miktar, kalite ve zamanında ulaştırırlar. Tedarikçiler ilişkide oldukları firmalara yenilik ve gelişim yönünden de katkılar sağlar ve mesafe avantajına dayalı olarak ana firmalarla bilgi akışı ve fikir alışverişi içinde olurlar. Bu sayede ana firmaların ar-ge ve yenilikçilik etkinliklerine katkıda bulunurlar. Bu etkileşim çift yönlüdür. Firma tedarikçisine geri bildirimde bulunur ve birlikte öğrenme ortamı oluştururlar. Büyük firmalar tedarikçilerine işbirlikçi bir yaklaşımla katkılar verirlerken aynı zamanda eğitim-geliştirme destekleri sağlayıp yenilikçilik yeteneklerini de geliştirirler (Porter, 2010:222). Denebilir ki, firmaların rekabet gücü için gereksinim duyduğu girdi kalitesi, maliyeti, ürün farklılaştırma ve yenilikçilik becerileri aynı zamanda tedarikçilerinin bir işlevidir ve onlardan bağımsız düşünülemez. Bütün bu nedenlerden dolayı firma-tedarikçi ilişkisi stratejik bir ekseninde düşünülme durumundadır.

Anılan gerekçelerden dolayı firmaların rekabet stratejilerinde tedarikçilere attıkları önem giderek artmaktadır. Buna bağlı olarak tedarikçi seçimi, tedarik zinciri yönetimi, satın alma yönetimi ve tedarikçi ilişkileri gibi konular firmalar için giderek stratejik bir önem kazanmaktadır. Firmalar esasen tedarikçilerden temin ettikleri girdilere yaptıkları katma değer nispetinde başarılı olmaktadır. Tedarikçilerin bu kritik önemi onlarla kurulacak ilişkinin stratejik değerini de ortaya koymaktadır. Tedarikçi ilişkisi konusunda gösterilecek başarı firmaların finansal göstergelerine ve dolayısıyla rekabet güçlerine de olumlu biçimde yansıtacaktır (Weele, 2014: 3). Tedarikçilerin ve tedarikçi ilişkilerinin bu önemi, satın alma yönetiminin de stratejik bir konuma gelmesine neden olmuştur. Weele'nin (2014:11) satın alma yönetimini "tedarikçilerle olan ilişkileri ve tedarikçilerin faaliyetlerini firmanın stratejileriyle uyumlaştırma çalışmaları" biçiminde tanımladığını da not düşmek gerekir.

FİRMA-TEDARİKÇİ İLİŞKİSİNDE REKABETÇİ VE İŞBİRLİKÇİ YAKLAŞIMLAR

Firmaların tedarikçileriyle ilişkilerinde iletişim düzeyi, tedarikçi seçimindeki kıstaslar, birbirlerine bağlılık düzeyleri, ilişkinin genişliği ve uzunluğu gibi ölçütler dikkate alınarak oluşturulan farklı modellerden söz edilmektedir (Olalla et al., 2010:3492). Ancak bunları iki ana başlık altında toplamak mümkündür: Geleneksel/Rekabetçi ve İşbirlikçi modeller. Şüphesiz modellerin adlandırılmasında da farklılıklar görülmektedir. Geleneksel/Rekabetçi modelde uzun dönemli bir işbirliği ve bilgi paylaşımı öngörülmez. Tedarikçi seçiminde ana ölçüt satın alınacak ürünlerin fiyatıdır. Taraflar arasındaki etkileşim asgari düzeydedir. Firma çok sayıda tedarikçiyle görece kısa dönemli sözleşme imzalamak eğilimindedir. Sözleşmede fiyat, kalite, teslimat ve ödeme koşullarına yer verilir. Taraflar mümkün olduğunca birbirlerinden bağımsız kalmaya dikkat ettiğinden, aralarındaki bilgi paylaşımı genellikle sözleşmeye konu edilen ürünlerin özellikleriyle sınırlıdır (Olalla et al., 2010:3492).

Bir genelleme yapılacak olursa, Batıda rekabetçi, Doğuda ise işbirlikçi yaklaşımın öncelendiği söylenebilir (Güleş ve Burgess, 1996; Güleş, 1999a:48). Ancak işbirliğine dayalı ilişkilerin önemi giderek anlaşılmaya başlamıştır. Örneğin kimi İngiliz üreticileri kaybetmeye başladıkları küresel rekabet üstünlüklerini tekrar elde etmek için çıkış yolu olarak tedarikçileriyle kurdukları rekabetçi ilişkileri işbirlikçi bir zemine taşımaya bulmuşlardır (Morris ve Imrie, 1992:10; akt. Güleş, 1999b: 3). Bu ilişkide firmaların temel amacı, satın aldıkları girdilerin fiyatlarını düşürmektir. Dolayısıyla rekabetçi ilişkide fiyat dışında bir işbirliği katkısı da beklenmez. Tedarikçi-ana firma arasındaki iletişim de fiyat ve diğer rutinlerle sınırlı kalır, diğer alanlarda bilgi akışı gerçekleşmez (Shapiro, 1986: 1-5).

Firma-tedarikçi ilişkisinde işbirlikçi yaklaşımda firma tedarikçilerini seçerken çok daha dikkatli davranır. Hem operasyonel hem de stratejik ölçütler dikkate alınırken taraflar arasındaki etkileşim çok daha geniş bir alanı kapsar. İlişkiler açısından uzun vadeli, üretim, tasarım, inovasyon gibi alanlarda yakın ve güven üzerine kurulmuş bir işbirliği söz konusudur. Tedarikçi sayısı mümkün olduğunca düşük tutulur (Olalla et al., 2010:3492-3). Tarafların karşılıklı olarak birbirlerini besledikleri bu yaklaşım sonucunda uzun dönemde rekabet üstünlüğünü getirecek nitelikte ürünler ve maliyet avantajı sağlanmış olur. Taraflar arasında kurulan iletişim farklı alanlarda ve güçlü bir şekilde, karşılıklı saygıya ve güvene dayalı olarak işlemektedir (Shapiro, 1986; Olalla et al., 2010: 3493). Bu iki yaklaşım dikkate alındığında firma-tedarikçi ilişkisinde işbirlikçi modeli benimseyenlerin büyüme ve uluslararasılaşma bakımından da avantajlı olacakları varsayılabilir. Çünkü az sayıda tedarikçi ile birlikte öğrenmeye, güvene ve saygıya dayalı geniş çerçeveli ve uzun bir işbirliği doğal olarak çok sayıda tedarikçi ile dar kapsamlı ve kısa

dönemli ve de sözleşmelerle sınırlı iş yapan firmalara göre çok daha az işlem maliyeti ve belirsizlik anlamına gelecektir. Böylece sözleşmelerden kaynaklanan maliyetler azalacak , uzun dönemli gerçekleştirilecek işbirliği bir sinerji oluşturacak, tüm bunlarda birlikte öğrenme ve uygulamadan kaynaklı üstünlükleri besleyecektir.

FİRMALARIN BÜYÜME VE ULUSLARARASIŞAMA STRATEJİLERİNDE TEDARİKÇİLERİN ROLÜ

Firmalar, tanımları gereği büyüme eğilimindedirler ve büyüme stratejileri de bu nedenle Stratejik Yönetimin önemli konularından birisidir (Rothaermel, 2015:294). Ancak bu durum her firma için büyümenin kaçınılmaz veya karşı konulmaz bir olgu olduğu anlamına gelmez. Görece az sayıda da olsa bazı firmalar büyümeye karşı koşullar elverişli olsa da kayıtsız kalabilmektedirler (Coad, 2009:111). Ancak, görgül veriler firmalar yaşlandıkça büyüdükleri şeklinde bir genellemeye imkân tanımaktadır. Burada büyüme ölçütü olarak çalışan sayısından sermayeye, yıllık hasılatın üretim miktarına varan değişik ölçütler kullanılmaktadır. Firmalar aynı zamanda ortalamanın üzerinde bir performans gösterip varlıklarını sürdürmek ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek adına farklı büyüme stratejileri geliştirirler (Dinçer, 1996; Rothaermel, 2015; Ülgen ve Mirze, 2004). Büyüme sayesinde ölçek ve kapsam ekonomileri gibi somut kazançların yanında büyüklükten kaynaklanan itibar ve rakiplerden görülen saygı gibi psikolojik edinimlerden de söz edilebilir (Coad, 2009:112). Bu büyüklüğün ne olması gerektiği firma teorisi alanında önemli tartışmalardan birisidir. Penrose (2009:79) “büyüklük ekonomisi” kavramını “firmanın daha küçük firmalara göre yalnızca büyüklüğünden kaynaklanan üstünlük sayesinde, sadece ürün ve hizmetleri daha etkin üretip satmakla kalmayıp aynı zamanda yeni ürünleri veya daha büyük miktarda üretimi de daha etkin olarak gerçekleştirebilme becerisi” şeklinde tanımlamaktadır. Ancak böyle bir durumda büyüklükten kaynaklı üstünlüklerden söz etmek mümkündür.

Büyüme seçeneği yalnızca iç pazarla sınırlı değildir. Uluslararasılaşma girişimleri de bir büyüme seçeneğidir ve son yıllarda bu seçenek giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Araştırmalar yenilikçilik ile uluslararasılaşmanın baş başa gittiklerini, en başarılı büyüme seçeneklerinden bir tanesinin yenilikçilik ile uluslararasılaşma karması olduğunu göstermektedir (Kylaheiko et al., 2011:511-516; Osuna, 2014: 80-81; Ruzzier et al., 2013:591).

Firmaların büyüme ve uluslararasılaşma kararlarında dikkate aldıkları önemli değişkenlerden bir tanesi de tedarikçilerdir. Hatta bazı durumlarda firmalar sırf tedarikçilerine yakın olmak amacıyla da uluslararasılaşabilmektedirler (Coşkun vd., 2016:47). Dolayısıyla tedarikçiler firmaların büyüme ve uluslararasılaşma süreçlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilirler. Firmanın çevresinde yeterli sayıda ve nitelikte tedarikçilerin bulunması stratejik karar ve uygulamalarının başarısı için bir ön koşuldur. Ayrıca yenilikçilik faaliyetleri için de tedarikçilerle etkin işbirliği gereklidir. Yenilikçilik aynı zamanda firmanın büyüme ve uluslararasılaşma girişimlerine katkı yapmaktadır (Kylaheiko et al., 2011:511-516; Karaöz ve Demirgil, 2009:60-61; Demirgil, 2008:116). Büyüme stratejileri kapsamında yürütülecek ürün farklılaştırma ve çeşitlendirme çalışmalarında da yenilikçilik ve dolayısıyla tedarikçi katkısı gerekecektir. Tedarikçilerle kurulan iyi bir iletişim sonrasında yeni ürün fikirleri, yeni tasarımlar , ürün ve süreç iyileştirme gibi konularda değerli girdiler elde etmek mümkün olabilecektir (Weele, 2014:bl.9; Bedir, 2009:174-177). Yine bir uluslararasılaşma modeli olarak Johanson ve Vahlne'nin (1990:18-20) öne sürdüğü ağ modelinde, firmaların ağ sisteminde bulunan tedarikçilerden pazar bilgisi edinerek uluslararası pazarlara açılmalarının mümkün olduğu belirtilmektedir. Bu konu Porter'in (1990:82-83) elmas modelinde de ele alınmış ve tedarikçilerin ana endüstrilerin inovasyon ve iyileştirme çalışmalarına katkıları tartışılmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, TASARIMI VE VERİLERİ

Yukarıdaki yazın incelemesi göstermektedir ki, firma-tedarikçi ilişkisini konu edinen çalışmalara rastlansa da bu ilişkiyi büyüme ve uluslararasılaşma odaklı olarak inceleyen ve özellikle Türkiye bağlamını “rekabetçilik-işbirlikçilik” mantığıyla sorgulayan çalışmalar kısıtlı sayıdadır. Bu araştırma, sözü edilen alana katkı yapmayı amaçlamaktadır.

Çalışma iki araştırma sorusuna yanıt bulmak üzere tasarlanmıştır:

- Firmanın büyüme ve uluslararasılaşma kararlarında tedarikçilerinden beklentileri nelerdir?
- Firma-tedarikçi ilişkisi rekabetçi mi yoksa işbirlikçi bir yaklaşımla mı biçimlenmektedir?

Çalışma, nitel araştırma olarak tasarlanmıştır. Bunun anlamı, genel kurallar ve yasalar aramaktan çok, ele alınan olgunun işleyişini “anlamaya” yönelik bir araştırma süreci izlemektir. Buna bağlı olarak da yorumlamacı yaklaşım benimsenmiştir. Genel geçer kural arayışından çok, ele alınan olgu ve gözlem birimlerinin kendine özgü özellikleri incelemeye konu edilmiştir. Gözlem birimi olarak firmaları temsilen yöneticiler belirlenmiştir. Firmalar seçilirken de yoğun tedarikçi ilişkisinde olmaları öncelikli ölçüt olarak dikkate alınmıştır.

Tedarikçi-ana firma ilişkisini sorgularken sınırlı sayıda kişiyle görüşme yapılabilmesi ve iletişime geçilen yöneticilerin veri ve bilgileri paylaşma konusundaki gönülsüzlükleri, araştırmanın veri edinme sürecini “yarı biçimlendirilmiş görüşme” tekniği ile yürütmeyi zorunlu kılmıştır. Mülakat soruları oluşturulduktan sonra, bir başka uzman tarafından da incelenmiş ve son biçimini almıştır. Görüşme sırasında yanlış veya farklı anlamaları ortadan kaldıracak açıklamalar ve yeni soru-cevaplar ile süreç tamamlanmıştır. Bu çerçevede daha önce iletişim kurulan sekiz firmanın fabrika müdürleri veya satın alma yöneticilerine görüşme talebi iletilmiştir. Bunlardan beşi ile yüz yüze görüşülmüştür. Diğer üç firma yetkilisi ise yüz yüze görüşme yerine, soruları -posta yoluyla cevaplamayı tercih etmişlerdir. Bu aşamada görüşüne başvuru yöneticilerden bir tanesi sorulara eksik cevaplar vermiştir. Sonuç olarak beş yönetici ile yarı biçimsel, ikisi ile de biçimsel görüşme yapılarak toplam yedi firma çalışmaya konu edilmiştir. Firmaların üçü Kocaeli’nde, üçü İstanbul’da, biri de Sakarya’da faaliyet göstermektedir. Faaliyet alanları ise gıda, trafo komponentleri, ambalaj, temizlik ürünleri, ilaç sanayi, kablo sanayi ve tekstildir.

Görüşmeler metne dönüştürülmüş ve MAXQDA programıyla nitel içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Nitel içerik çözümlemesinde amaç, ele alınan olguya ilişkin metin içinde bulunan anlamları belli bir düzen oluşturacak biçimde ortaya çıkarmak ve sonrasında olguya ilişkin belli yorumlar yapabilmektir. Nicel içerik çözümlemesinde belli kelime ve kavramların istatistiksel olarak ortaya konması amaçlanırken, nitel çözümlemede kavramların sayısallaştırılmasından özellikle kaçınılır. Aranılan anlamdır, olgunun işleyişini kavramların ortaya çıkışından hareketle yorumlamaktır. Bunun için öncelikle yazından hareketle kodlamalar ve boyutlar oluşturulur. Kodlamalarda her zaman bir ihtiyarlılık vardır. O nedenle metin defalarca okunur ve kodlar/etiketler ve boyutlar uzmanlarla tartışılır. Eğer yazında yer almayan durumlar ortaya çıkarsa bunlar da kodlama sistemine dâhil edilir. Yazında sözü edilmeyen durumların ortaya çıkması çalışmanın özgünlüğünün ve incelemeye konu edilen birimdeki durumun kendine özgü oluşundan kaynaklanabilir. Bu da incelenen birimlerin iyi seçildiğinin göstergesidir. Ancak kimi zaman böylesi bir durum yapılan yazın incelemesinin eksikliğinden, etiketlemede yeterince özen gösterilmemesinden ve ifadelerin farklı yorumlanmasından kaynaklı olabilir.

Araştırmanın Güvenvericiliği (Trustworthiness)

Şemsiye bir kavram olarak nitel araştırmaların kalitesini güvence altına almaya çalışan güvenvericilik (Trustworthiness) nicel araştırmalardaki genellenebilirlik, geçerlik, güvenilirlik ve nesnellik arayışının tam karşılıkları değildir. Ancak pozitivist bakış açısıyla yorumlamacıya getirilen eleştirilere karşılık nitel araştırmaların da belli “bilimsellik” kaygısı taşıdığına göstergesi olarak çalışmanın inandırıcılığı, aktarılabilirliği, onanabilirliği güvence altına alınır (Coşkun, 2017:6). Yukarıda ifade edildiği gibi çalışma nitel olarak tasarlandığı için genelleme kaygısı yerine bir durumu ortaya koymak, açıklama kaygısı yerine ise anlamaya çalışmak odaklı bir süreç izlenmiştir. Sürecin her aşamasında “uzman görüşü” alınmıştır. Buna ek olarak, araştırmacılar çalışmanın her aşamasında öz değerlendirme ve özeleştirme ile süreçlerin üzerinden tekrar geçmişlerdir. Bulguların yorumlanmasında nötrlük/yansızlık kaygısı güdülmüş, benzeri bulguların farklı araştırmacılar tarafından benzeri şekilde yorumlanacağı temin edilmeye çalışılmıştır. Metinler farklı kişilerin görüşüne sunulmuştur. Çalışmanın benzeri tasarımı başka konu ve alanlara da uygulanabileceği öngörülmüştür. Bulgularının hem alan hem de ilgili alanlar için kuramsal ve pratik katkı yapabileceği düşünülmektedir. Yeri geldikçe izlenen süreçlere ilişkin gerekli açıklamalar yapılmıştır.

Verilerin Kodlanması

Öncelikli olarak görüşmeler metne dönüştürülmüş ve MAXQDA programında çözümlenmeye hazır duruma getirilmiştir. Bunun için ilkin program üzerinde çeşitli kodlar oluşturulmuştur. Bu kodlar, araştırma soruları ve yukarıda incelenen çalışmalar temel alınarak belirlenmiştir. Ayrıca açık kodlar (in vivo coding) da oluşturulmuştur. Açık kodlar literatürde rastlamayıp da mülakatlar sonucunda ortaya çıkmıştır. Mülakatta yöneticilere “Tedarikçi işletmelerin firmanızın büyümesinde katkısı olduğunu düşünüyor musunuz? Nasıl?”, “Firmanızın büyüme stratejilerini belirlerken tedarikçilere ne gibi roller düşüyor? Onlara sorumluluklar yüklüyor musunuz?” “Uluslararasılaşma sürecinizde tedarikçilerin rolü olduğunu düşünüyor musunuz? Nasıl?” örneklerinde olduğu gibi “açık uçlu” sorular yöneltilmiştir. Tablo 1’de tedarikçilerin büyüme üzerindeki, Tablo 2’de ise uluslararasılaşma üzerindeki rollerini temsil eden kodlar verilmiştir.

Tablo 1: Tedarikçilerin Büyüme Kararı Üzerindeki Roller

Yenilik Faaliyetlerine Katkı
Maliyet
Temel Yeteneklere Odaklanma
Zamanında Teslimat
Kalite
Üretim Sisteminde İyileştirmeler
Bilgi Paylaşımı
Hız
Esneklik
Teknik Destek (in vivo)
Kesintisiz Hizmet (in vivo)
Üretim Kapasitelerinin Yeterliliği (in vivo)
Standartı Sağlama (in vivo)

Tablo 2. Tedarikçilerin Uluslararasılaşma Kararı Üzerindeki Roller

Maliyet Avantajı
Pazar Bilgisi Edinme
Kalite (in vivo)
Kesintisiz Tedarik Yapma (in vivo)

BULGULAR VE YORUM

Firmaların Büyüme Stratejilerinde Tedarikçilerden Beklentileri: Genel Çıkarımlar ve Değerlendirme

Firma yöneticileri ile gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda elde edilen veriler MAXQDA programı kullanılarak çözümlenmiştir. Tablo 3 her bir firmanın büyüme ve uluslararasılaşmasında tedarikçilerinden ne tür beklentileri olduğunu göstermektedir. Her bir daire, ilgili firmanın o alanda katkısını, dairelerin büyüklüğü ise yapılan katkının firma için taşıdığı önemi göstermektedir.

Tablo 3. İçerik Çözümlemesi Sonuçlarının Genel Dökümü

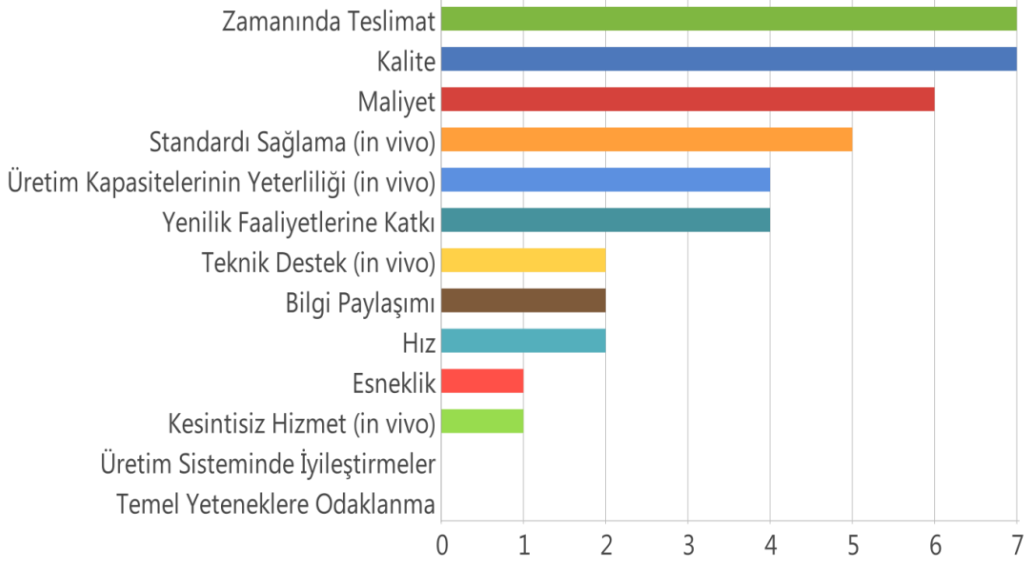
Kod Sistemi	A FİRMASI	B FİRMASI	C FİRMASI	D FİRMASI	E FİRMASI	F FİRMASI	G FİRMASI
▲ Büyüme Üzerindeki Roller							
▲ Yenilik Faaliyetlerine Katkı							
○ Ürün Farklılaştırma							
○ Mamul Tasarımı							
○ Maliyet							
○ Temel Yeteneklere Odaklanma							
○ Zamanında Teslimat							
○ Kalite							
▲ Üretim Sisteminde İyileştirmeler							
○ Tam Zamanında Üretim							
○ Yalın Üretim							
○ Bilgi Paylaşımı							
○ Hız							
○ Esneklik							
○ Teknik Destek (in vivo)							
○ Kesintisiz Hizmet (in vivo)							
○ Üretim Kapasitelerinin Yeterliliği (in vivo)							
○ Standartı Sağlama (in vivo)							
▲ Uluslararasılaşma Üzerindeki Roller							
○ Maliyet Avantajı							
○ Pazar Bilgisi Edinme							
○ Kalite (in vivo)							
○ Kesintisiz Tedarik Yapma (in vivo)							

Görüldüğü gibi her firma büyümede ve uluslararasılaşma sürecinde tedarikçilere farklı roller yüklemekte ve farklı beklentilere girmektedir. Konuya “büyüme” açısından bakacak olursak şu çıkarımları yapmak mümkündür:

- Kalite kaygısının bütün firmalar için öncelikli olduğu açıkça görülmektedir. C firması ise kaliteye özel bir önem atfetmekte, tedarikçilerden öncelikli beklentisinin kalite olduğunu vurgulamaktadır. Aynı şekilde sırasıyla E, F ve B firmalarının da tedarikçi ilişkilerinde kaliteye özel bir önem atfettikleri görülmektedir. Bu durum özellikle F firması için geçerlidir.
- Bütün firmaların tedarikçilerinden bekledikleri bir diğer işlev ise zamanında teslimattır. Ancak bu işlev kalite kadar önemli görülmemektedir. Sadece B ve F firmaları tedarikçilerden zamanında teslimat konusunda beklentilerini görece yüksek duyarlılıkla dile getirmişlerdir.
- C firması dışında bütün firmalar tedarikçilerini belirlerken maliyeti özel bir değişken olarak kabul etmektedirler. Maliyeti tedarikçi ilişkilerinde bir değişken olarak görmeyen sadece C firmasıdır. Kaliteye büyük önem veren bu firmanın maliyeti öncelememesi bu bakımdan anlaşılabilir bir durumdur.
- Tablo 3'ten yapılabilecek önemli bir başka çıkarım ise “üretim sisteminde iyileştirme” bağlamında dile getirilen “tam zamanında üretim, yalın üretim gibi yönetim ve üretim tekniklerinin “dönemsellik” gösterdiği gerçeğidir. 1990'ların sonu ile 2000'li yılların başında çokça ele alınan bu kavramlar son dönemlerde ya birer “standart uygulamaya” dönüştüler ya da yerlerini yeni yönetsel tekniklere bıraktılar. Dolayısıyla yöneticilerin günlük mesleki dili içerisinde de önemlerini kaybettiler. Firma temsilcilerinin yalın ve tam zamanında üretim konusunu hiç dile getirmemelerinin bir diğer nedeni olarak bu tekniklerin uygulanmasında tedarikçilerinden herhangi bir beklentilerinin olmaması düşünülebilir. Ancak böyle bir yorum çok mantıklı olmayacaktır. Zira her iki yönetsel tekniğin uygulanabilmesi aynı zamanda tedarikçilerin de doğrudan bir fonksiyonudur. Konuyla yakında ilgili olan “temel yeteneklere

odaklanma” da hiçbir firma için tedarikçi seçiminde belirleyici bir değişken olarak dikkate alınmamıştır. Üstteki yorumlar bu boyut için de geçerlidir. Görüşülen firmaların “temel yetkinlik” tanımlamadıkları, bu nedenle tedarikçilerinde böylesi bir beklentiye girmedikleri çıkarımı da mantıklı gözükmektedir.

Çizim 1. Firmaların Büyüme Kararlarında Tedarikçilerinden Beklentileri



- a) Her firma için ayrı ayrı bir değerlendirme yapılacak olursa, A firmasının tedarikçilerinden “her şeyden biraz” biçiminde bir beklentisi olduğu görülmektedir. Bu durum firmanın tedarikçilere stratejik bir anlam yüklediğini göstermektedir. Aynı zamanda kendisini konumlandırmada belirgin bir yaklaşımının, bir odak noktasının olmadığı çıkarımı da yapılabilir. Bu bakımdan A firması bulduğu herhangi bir tedarikçiyle çalışabileceği izlenimini vermektedir. Buna karşılık B firması tedarikçilerinden maliyet, zamanında teslimat ve kalite konularında beklentileri olduğunu belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır. C firması ise çok açık biçimde “kalite” odaklı bir beklentiyi dile getirmektedir. Bu firmanın büyüme stratejisinin kalite odaklı olduğu söylenebilir. D firması A firmasına benzer şekilde tedarikçilerine hiçbir konuda anlamlı bir işlev yüklememektedir. Dolayısıyla bu firma için de tedarikçilerin kritik bir önemi olmadığı çıkarımı yapılabilir. E firması büyüme stratejisinde tedarikçilerden yine kalite ve maliyet konularında önemli derecede beklentiye girerken diğer tüm firmalardan farklı olarak “yenilik faaliyetlerine katkı” değişkenini de öncelediğini belirtmektedir. F firması sırasıyla maliyet, kalite ve zamanında teslimata önem verdiğini belirgin bir şekilde vurgulamakta ve tedarikçilerden büyüme kararında bu alanlarda beklentisi olduğunu bildirmektedir. Bu durum firmanın tedarikçi seçiminde belli ölçütleri olduğunu göstermektedir. G firması da büyüme stratejisinde tedarikçilere özel bir görev yüklemekte, maliyet, zamanında teslimat gibi konuları dile getirmekle yetinmektedir.

Görüldüğü üzere, firmaları büyüme kararlarında tedarikçilerden beklentilerine göre iki gruba ayırmak doğru olacaktır. Birinci grupta C, E, F, firmaları gibi tedarikçilerden ne beklediğini belirgin bir şekilde dile getirenler; ikinci grupta ise D ve G firmaları örneğinde görüldüğü üzere tedarikçilere özel bir görev yüklemeyen firmalar yer almaktadır.

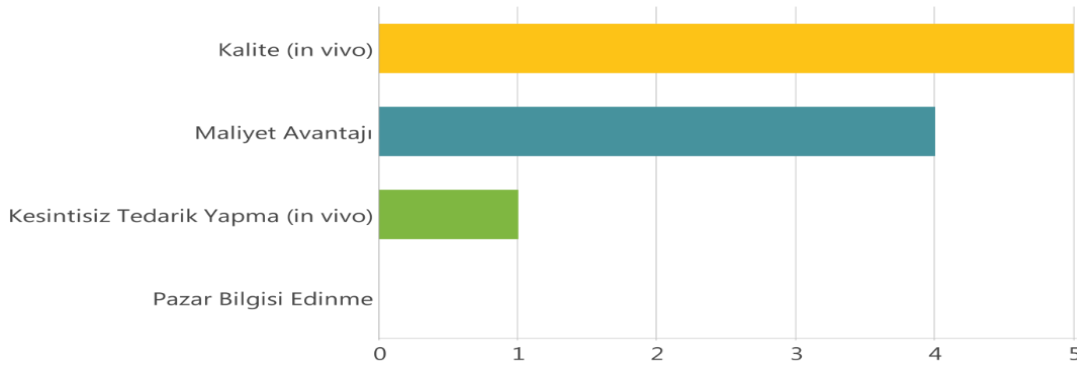
Firmaların Uluslararasılaşma Stratejilerinde Tedarikçilerinden Beklentileri: Genel Çıkarımlar ve Değerlendirme

Uluslararasılaşma stratejisine özel değerlendirmelere geçmeden önce belirtmek gerekir ki, uluslararasılaşma zaten bir büyüme stratejisidir. Firmalar büyüme stratejisini oluştururken değişik seçeneklere sahiptir. Ölçek büyütebilir, ürün çeşitlendirebilir, geriye doğru bütünleşerek tedarikçilerini veya ileriye doğru bütünleşerek dağıtıcı işletmeleri bünyelerine katabilirler. Bunların yanında farklı

endüstrilerde faaliyette bulunarak ilişkili veya ilişkisiz büyüme seçeneklerini değerlendirebilirler. Coğrafi olarak bakıldığında ise iki seçene söz konusudur. Ya ülke içinde faaliyette bulunduğu coğrafi alanları çeşitlendirecek ya da ülke sınırları dışında faaliyette bulunmaya karar vererek uluslararasılaşacaktır. Bu nedenle büyüme stratejilerinde tedarikçilerden beklentilerin aynı zamanda uluslararasılaşma stratejileri için de geçerli olduğu düşünülebilir. Ancak her işletmenin uluslararasılaşmaya atfettiği önem aynı düzeyde olmayacağından bu çalışmada iki olgunun ayrı başlıklar altında incelenmesi uygun görülmüştür. Ayrıca firma yöneticilerinin uluslararasılaşmada hangi değişkenlere özel önem atfettiklerini de bu ayırım sayesinde görmek mümkün olacaktır.

Uluslararasılaşma ile ilgili sorulara beş firma yöneticisi cevap vermiştir. Bu durum, diğer iki firmanın böyle bir stratejisi olmadığı olarak açıklanabilir. Çizim 2, firmaların uluslararasılaşma sürecinde tedarikçilerinden beklentilerini göstermektedir.

Çizim 2. Firmaların Uluslararasılaşma Kararlarında Tedarikçilerden Beklentileri



Görüldüğü üzere beş firma kalite, dört firma maliyet, bir firma kesintisiz tedarik değişkenine dikkat çekerken pazar bilgisi edinme konusunda tedarikçisinden beklentiye dile getiren herhangi bir firma yöneticisi olmamıştır. Sadece A firması maliyet konusunu uluslararasılaşma stratejisinde önemli bir değişken olarak belirtmiştir. Bulgular, firmaların uluslararasılaşmayı önceleyen stratejilere sahip olmadığını göstermektedir. Büyüme konusunda tedarikçilerinden beklentileri çeşitlilik gösterirken uluslararasılaşmada bu durum gözlenmemektedir. Bulgular uluslararasılaşma stratejisine ilişkin daha fazla yorum yapmaya imkân tanımamaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi uluslararasılaşma da bir tür büyüme olduğu için firmaların büyüme konusundaki yaklaşımlarını buraya da atfetmek olanaklıdır. Ancak görülen o ki, araştırmaya dâhil edilen firma yöneticileri uluslararasılaşmaya genel büyüme stratejisi dışında özel bir anlam veya önem yüklememektedirler.

Firmalar Tedarikçileriyle İlişkilerinde Rekabetçi mi, İşbirlikçi mi?

Olguya firmanın büyüme stratejilerinde tedarikçileriyle olan ilişkisinde “rekabetçi” mi yoksa “işbirlikçi” bir yaklaşımı mı benimsedikleri yönünden de bakmak gerekir. Bu durumda araştırmaya konu edilen firmaların ağırlıklı olarak “geleneksel-rekabetçi” yaklaşımı benimsedikleri söylenebilir. Firmalar büyüme gibi stratejik kararlarında tedarikçilerini “işbirliği yapılabilecek birer paydaş” olarak değil, piyasada kendisine potansiyel rakip olabilecek ekonomik birimler olarak görmektedirler. Örneğin “tedarikçilerle bilgi paylaşımı” gibi “işbirlikçi” bir yaklaşımı sadece A ve F firmaları dile getirmiş ama bu firmalar da bu beklentiye özel bir önem atfetmemişlerdir. Yine sadece E firması “yenilik faaliyetlerine katkı” konusunda tedarikçilerinden beklentisi olduğunu önemle vurgulamış, bunun dışında A, D, F, firmaları ise konuya özel bir anlam yüklemeyen değinmişlerdir.

Oysa maliyet, kalite, zamanında teslimat, standartların sağlanması gibi geleneksel-rekabetçi tedarikçi ilişkisini gösteren konuları firmaların çok daha fazla öne çıkardıkları görülmektedir. Dolayısıyla firma-tedarikçi ilişkisinde rekabetçi yaklaşımın benimsendiğini söylemek mümkündür. Bu durumu Türk sanayinin gelişmişlik düzeyi ile açıklanabilir. Yeterli bilgi ve tecrübe birikiminin olmadığı, tedarikçilerin

süreçte oynayabilecekleri kritik rolün anlaşılmadığı bu aşamada, yeni yönetim yaklaşımlarının uygulamaya geçirilmesi de güç olmaktadır.

Büyüme ile ilgili olarak literatürde rastlanmayıp da bu çalışmada öne çıkan kesintisiz hizmet, teknik destek, standart sağlama gibi boyutların yeterince araştırılmamış olması, bu alanda Türkiye’de yapılan çalışmaların sayısal anlamda yetersizliğini de ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bulgular ışığında şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Firmalar büyüme stratejilerinde tedarikçilerinden beklentilerini maliyet, kalite, zamanında teslimat gibi geleneksel tedarikçi ilişkisi üzerine oturtmuşlardır.
- İncelenen firmaların uluslararasılaşmayı stratejik bir seçenek olarak belirlediklerine ilişkin güçlü bulgulara rastlanmamıştır. Sadece bir firma uluslararasılaşma için maliyet üstünlüğü sağlayabilecek tedarikçilere gerek duyduğunu güçlü bir şekilde vurgulamıştır.
- Firma-tedarikçi ilişkisinde geleneksel/rekabetçi yaklaşımın öngördüğü biçimde “maliyet, kalite, zamanında teslim” ekseninde biçimlenen bir anlayış hâkimdir. Bu durum, tedarikçiyi “stratejik bir ortak” olarak görme ve onunla uzun dönemli bir işbirliği geliştirip birlikte öğrenme ve gelişme anlayışının henüz oluşmadığına işaret etmektedir.
- Dönemsel olarak öne çıkan moda niteliğindeki yönetsel yaklaşımların uzun dönemde firmalara yapabileceği fazla bir katkının olmadığı, 2000’li yılların başında dillerden düşmeyen birçok kavramın giderek önemini kaybetmesinden anlaşılmaktadır. Bunun yerine hem üretimde yapısal dönüşümü, hem de üretici-tedarikçi ilişkilerinde kalıcı işbirliği anlayışını geliştirebilecek alanlara öncelik verilmelidir.
- Firmalar için uluslararasılaşma eğiliminin hala düşük olduğu görülmektedir. Türkiye’nin 1980’li yıllardan günümüze istikrarlı bir şekilde takip ettiği dışa açık büyüme modeline ve çevre ülkelerle ekonomik ilişkilerde yaşanan ilerlemelere rağmen Türk firmalarının uluslararası pazarlara açılma eğilimlerinin hala yeterli düzeyde olmadığı söylenebilir. Bu çıkarım sadece bu çalışma çerçevesinde görüşülen firma yöneticilerinin söylediklerine dayalı olarak yapılmamaktadır. Makroekonomik göstergeler, endüstri ve firma düzeyinde veriler bu duruma işaret etmektedir.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu bir başka husus, firma-tedarikçi ilişkisinin niteliği ve bu ilişkide benimsenen yaklaşımlar konusunda yeterince çalışma yapılmadığıdır. Alanda önemli bir boşluk vardır. Farklı endüstrilerde bu bağlamda yapılacak çalışmalar bu ilişkinin stratejik bir mahiyet kazanamamasından doğan sakıncaları firmaların büyümesi ve uluslararasılaşması bağlamında ortaya koyacaktır. Ayrıca firma-tedarikçi ilişkilerinin uzun dönemli stratejik bir nitelik kazandığı örnek olayların ortaya konması ve bu durumda her iki tarafın elde edebileceği avantajların tartışılması firmaların rekabet güçlerine katkı yapacaktır.

Bilgilendirme / Acknowledgement: Bu çalışma Kevser Sancaktutan tarafından Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsünde Prof. Dr. Recai Coşkun danışmanlığında yürütülen “Ana Endüstrilerin Büyümesinde ve Uluslararasılaşma Sürecinde Destekleyici Endüstrilerin Rolü: Seçilmiş Firmalar Üzerinden Bir Çözümleme” başlıklı ve Mayıs 2018 tarihli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

KAYNAKÇA

- Bedir, A. (2009). *Uluslararası ticarete fiyata dayalı rekabet gücü ile endüstri-içi ticaret arasındaki ilişki: Türk imalat sanayi örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Coad, A. (2009) *The growth of firms: A survey of theories and empirical evidence*. Edward Elgar Publishing.
- Coşkun, R. (2017). Yönetim organizasyon kitaplarında klasik yönetime atfedilen ‘kapalı sistem’ yaklaşımına itiraz: 1925 yılından önce yazılmış seçilmiş kitaplarda ‘açık sistem’ imaları üzerine

- nitel bir çözümleme. 8. *Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi*, 6-11 Eylül, 2017, Köstence, Romanya
- Coşkun, R., Taş, A. ve Çitçi, U. S. (2016). *Küreselleşme ve uluslararası işletmecilik*. İstanbul: Adra Yayıncılık.
- Demirgil, H. (2008). *Firmaların hayatta kalma ve büyüme performanslarını belirleyen faktörler: Göller bölgesi üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Isparta.
- Dinçer, Ö. (1996). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Güleş, H. K. & Burgess, T. F. (1996). Manufacturing technology and the supply chain. *European Journal of Purchasing and Supply Management*, 2(1): 31-38.
- Güleş, H. K. (1999a). Reappraising the purchasing department's function: The influence of partnership sourcing practices. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4: 47-58.
- Güleş, H. K. (1999b). Elektronik veri değişiminin tedarik zinciri yönetimindeki yeri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 3: 1-15.
- Johanson, J. ve Vahlne, J. E. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4): 11-24.
- Karagöz, M. ve Demirgil, H. (2009). Firma büyüme performansını etkileyen faktörler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2): 47-68.
- Kayabaşı, A., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z. ve Oğuz, A. (2010). KOBİ'lerde ihracat performansını belirleyen unsurların incelenmesi: İnegöl'de faaliyette bulunan işletmeler üzerine bir alan araştırması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28: 1-9.
- Kylaheiko, K., Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S. ve Tuppara, A. (2011). Innovation and internationalization as growth strategies: The role of technological capabilities and appropriability. *International Business Review*, 20(5): 508-520.
- Mutlu, E. C. (2008). *Uluslararası işletmecilik, teori ve uygulama*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Olalla, M. F., Sanchez, J. I. L. ve Rata, B. M. (2010). Cooperation with suppliers as a source of innovation. *African Journal of Business Management*, 4(16): 3491-3499.
- Osuna, M. A. (2014). Innovation and internationalization as a single strategy of the firm: a unification of the theories. *International Journal of Management and Marketing Research*, 7(1): 73-84.
- Özdemir, A. (2010). Ürün grupları temelinde tedarikçi seçim probleminin ele alınması ve analitik hiyerarşi süreci ile çözümlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1): 55-84.
- Özparlak, A. B. (2004). *Tedarikçi değerlendirmesi ve bir imalatçı firmada uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İşletme Mühendisliği Bölümü, İstanbul.
- Penrose, E. (2009). *The theory of the growth of the firm*. 4th ed., Oxford University Press.
- Porter, M. (1979). How competitive forces shape strategy. *HBR*, March, 137-145.
- Porter, M. (1990). The competitive advantages of nations. *HBR*, March-April, 73-91.
- Porter, M. (2010). *Rekabet Üzerine*. (A. Tanrıyar, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.

- Rothaermel, F. T. (2015). *Strategic Management*. 2nd ed., McGraw-Hill Education.
- Ruzzler, M., Hojnik, J. ve Lipnik, A. (2013). Relationship between innovation and internationalization of slovenian internationalized companies, *14. Management International Conference*, 21-23 November, Koper, Slovenia.
- Shapiro, R. (1986). *Towards effective supplier management: international comparisons*. Harvard Business School Working Paper, 9-785-062.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2004). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Weele, A. J. (2014). *Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi*. (T. Binder, Çev.) İstanbul: Literatür Yayıncılık.

2011 Yılı Kobi Mali Destek Programı Yararlanıcıların Etki Değerlendirmesi: TRA1 Bölgesi Analizi

Dr. Öğretim Üyesi Zülküf Ayrangöl^{1*}
Fatih Akın²

Geliş tarihi: 05.11.2018

Kabul tarihi: 08.01.2019

Atf bilgisi:

*Uluslararası Bilimsel
Araştırmalar Dergisi (IBAD)*

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 34-49 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 10%

¹ Erzinan Binali Yıldırım Üniversitesi,
İktisat Bölümü,
zulkufayrangol@gmail.com

ORCID ID 0000-0003-4792-8634

² İnönü Üniversitesi, İktisat ABD Doktora
Öğrencisi, akinfatih29@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-7741-4004

* Sorumlu yazar

ÖZ

Bu çalışmanın genel amacı; Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) tarafından 2011 yılında uygulanan KOBİ Mali Destek Programı kapsamında sağlanan mali desteklerin değerlendirmesini yapmaktır. Bir saha araştırmasına dayanan çalışmanın özel amacı ise; 2011 yılında ajanstan destek almaya hak kazanmış ve proje uygulama süreçleri sona ermiş olan, Erzurum, Erzinan ve Bayburt illerinde uygulanmış projelerin istihdam, üretim, yatırım, pazarlama ve bölgesel kalkınmanın diğer unsurlarına ilişkin etki ve sonuçlarını ve Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı'nın proje uygulama süreçlerini değerlendirmektir. Çalışmanın sonucunda 2011 yılında KOBİ Mali Destek Programı kapsamında destek alan işletmelerin; üretim miktarında artış olduğu, ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu ve istihdam sağladığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Bölgesel Kalkınma, Bölgesel Kalkınma Ajansı, Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, Mali Destek Programı

Evaluation of The Efficiency Of SME Financial Support Program Of 2011: TRA1 Region Analysis

Asst. Prof. Dr Zülküf Ayrangöl^{1*}
Fatih Akin²

First received: 05.11.2018

Accepted: 09.01.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 34-49 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 10%

¹ Erzincan Binali Yıldırım University,
Department of Economics,
zulkufayrangol@gmail.com

ORCID ID 0000-0003-4792-8634

² İnönü University, Department of
Economics, PhD Student,
akinfatih29@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-7741-4004

* Corresponding Author

ABSTRACT

The general purpose of this study is to evaluate the financial support provided by the Northeast Anatolia Development Agency (KUDAKA) in 2011 under the SME Financial Support Program. Based on a field study, the special purpose of this work is to examine the results and effects of the projects implemented in the Erzurum, Erzincan and Bayburt provinces, which have been awarded the Agency's support in 2011 and whose project implementation processes have come to an end (i.e., on employment, production, investment, marketing and other elements of regional development and the project implementation of Northeast Anatolia Development Agency processes). Results show that the enterprises that received support under the SME Financial Support Program in 2011 had an increase in the amount of production, in the market size of the products they sell, and employment.

Keywords: SME, Regional Development, Regional Development Agent, Northeast Anatolia Development Agency, Financial Support Program

GİRİŞ

Dünyada meydana gelen ekonomik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan yeni kalkınma stratejileri ve uygulamaları ülkeler arasındaki gelişmişlik farklarını giderek artırmakla kalmayıp, aynı zamanda ülkelerin kendi içindeki bölgesel gelişmişlik farklarının da artmasına neden olmuştur.

Ülkelerin hızla büyüme ve kalkınmaları için uyguladıkları ekonomi politikaları ülkeler arasındaki rekabetin büyümesine ortam hazırlamıştır. Bu büyüyen rekabet ortamında avantaj sağlamak isteyen ülkeler kendi içindeki bölgesel kalkınmışlık farklarını en aza indirmek için çeşitli ekonomik kalkınma planları uygulamak zorunda kalmışlardır.

Dünyada ilk kez 1930'lu yıllarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tarafından ülkedeki gelişmemiş bölgeleri kaldırmak ve gelişmiş bölgelerle arasındaki farkları ortadan kaldırmak için bölgesel kalkınma planları hazırlanmıştır. Avrupa Birliği'nde ise 1950'li yıllardan itibaren kurulmaya başlayan bölgesel kalkınma ajansları, günümüzde çok önemli kurum ve kuruluşlar haline gelmiştir. Aynı zamanda ülkelerin bölgesel kalkınmaya yönelmelerinin nedeni; uluslararası desteklerden yardım alabilmektir. Gelişmekte olan ülkeler; özellikle bu rekabet ortamında başarılı sonuçlara ulaşmak için, mevcut durumlarını daha iyi yönetmeye çalışmaktadırlar.

20. Yüzyılda dünyada, 1980 sonrasında da ülkemizde benimsenen serbest piyasa ekonomisi anlayışı, gittikçe serbestleşen dünya ticareti ve küreselleşme ile birlikte bölgesel kalkınma ajanslarını daha da önemli hale getirmiştir. Ülkemizdeki bölgesel kalkınma ajansları; kalkınmanın bölgeler arasında eşit bir şekilde yayılmasına, kurumlar arası işbirliği ve iletişim ağlarının kurulması, yaygın hale getirilmesi ve özellikle ekonomik kalkınmanın sürekliliğini sağlamak için 2006 yılında "5449 sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyon ve Görevleri Hakkında Kanun" çerçevesinde kurularak yürürlüğe girmiştir.

Yürürlüğe giren bu kanun ile kalkınma ajansları; kurulduğu bölgedeki üniversiteleri, özel kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumları arasındaki işbirliğini geliştirerek bölgenin kalkınmasını hedeflemiştir.

Bu çalışmada; Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) tarafından 2011 yılında KOBİ'lere (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) verilen Mali Destek Programlarının (MDP) etki değerlendirme analizi yapılacaktır.

Bölgesel Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma Ajansı Kavramı

Bölgesel Kalkınma kavramının çok eskiye dayanan bir geçmişi bulunmamaktadır. Kalkınma ekonomisinin ortaya çıkması ile bölge ve kalkınma kavramları 1940'lardan itibaren birlikte kullanılmaya başlanılmıştır (Gök, 2004, s. 76). Bölgesel Kalkınma; dünyanın herhangi bir yerinde bulunan bir bölgenin, çevresindeki bölgeler ve dünyada bulunan diğer ülkeler arasında işbirliğini sürdürerek bulunduğu bölgenin gelişmesini sağlayan, bölgenin refahının artmasını hedefleyen çalışmaların tamamı olarak tanımlanmaktadır (Akpınar, Taşçı ve Özsan, 2011, s. 417-445).

OCED (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı), Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler (BM) gibi küresel kuruluşlar, akademisyen ve uygulamacılar arasında kabul gören tanıma göre ise Bölgesel Kalkınma; "sınırları belli bir bölgenin kapasitesini arttırmak, bölgede yaşayanların yaşam kalitelerini ve ekonomik geleceklerini iyileştirmek" şeklindeki tanım bugün kabul görmektedir (Aydemir, Karakoyun, 2011, s. 11). Verilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere bölgesel kalkınmanın temel hedefi; bir bölgenin refahının artırılması ve sürekliliğinin devam ettirilmesidir.

Bölgesel Kalkınma Ajansı kavramına ise ilk kez Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) bulunan Tennessee'de 1930 yılında rastlanılmıştır (Sakal, 2010, s. 159). Temel kaynaklara bakıldığında Bölgesel Kalkınma Ajanslarına farklı açılardan, farklı bakış açılarıyla tanımlamalar yapıldığı görülmektedir.

EURADA (Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansları Birliği) tanımına göre Bölgesel Kalkınma Ajansları; "Yerel ve bölgesel kurumlar arasında yönetim, gelirler, maliyetler ve görevler hakkında işbirliği yaparak örgütlenen kurumlar" olarak tanımlamıştır (Tuncel ve Bakır, 2010, s. 19-41).

Dünya Bankası'nın tanımına göre Bölgesel Kalkınma Ajansları; “asıl amacı istihdam oluşturmak, üretimin çeşitli bölümlerinde bulunan KOBİ'leri (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler) geliştirip desteklemek ve bölgenin genel ekonomik durumunu ve ele geçen fırsatları değerlendirerek, kalkınmayı sürdürebilecek içsel ağları kuran, yürüten ve destekleyen kuruluşlardır” diye tanımlamıştır (Çakmak, 2006, s. 64).

Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Tarihsel Gelişimi

Bölgesel Kalkınma Ajansları; II. Dünya Savaşı'ndan önce ortaya çıkan kurum ve kuruluşlardır. Buna örnek verilecek olursa, 1930 yılında Bölgesel Kalkınma Ajanslarının ilk uygulaması Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) güneyinde kurulan Tennessee Valley Authority'dir (TVA). Kurulan bu ajans bu bölgede bulunan kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılması, bölgenin ekonomik büyüme ve kalkınmasının artırmak ve diğer bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azaltılması için yapılan bu uygulamada başarılı sonuçlar elde edilmiştir (Dinler, 1994, s. 309-310).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise, ülkelerin kendi toprakları içerisinde bulunan bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının giderek artmaya başladığı bir dönem olmuştur. Bu gelişmeler sonucunda dünyada kalkınma ajansları daha çok kamuoyunda konuşulmaya başlanılmıştır. Bölgesel olarak ekonomik büyüme ve kalkınmanın İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra önemi daha da arttığı için Bölgesel Kalkınma Ajansları ülkeler tarafından daha çok bir politika aracı olarak kullanılmıştır. 1930'lu yıllardan itibaren dünyanın hemen hemen her bölgesinde kurulmaya başlayan Bölgesel Kalkınma Ajansları büyük çoğunluğu Avrupa kıtasındadır (Özer, 2008, s. 389-408).

ABD'de Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Tarihsel Gelişimi

1929 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan “Büyük Buhran” ile ülkenin diğer bölgelerine göre, ülkenin güneyinde daha az gelişmiş olan Tennessee Vadisini gelişmesini sağlamak için 1930 yılında Tennessee Valley Authority (TVA) kurulduğuna değinilmişti. TVA'nın kurulmasındaki temel amaç; vadideki ekonomik yatırımları artırmaktır (Dinler, 2005, s. 208). Bölgede birçok baraj inşaatı inşa ederek, vadide bulunan sekiz eyalette yaşayan halka daha ucuza elektrik üretmek için TVA, bölgenin ekonomik büyümesi ve kalkınmasını sağlamada önemli rol oynamıştır (Dura, 2007, s. 141-171). 1960'lı yıllardan itibaren ABD'de Bölgesel Kalkınma Ajansları daha çok özel sektör ve kamu sektörünün bölgesel kalkınmayı, işbirliği içinde gerçekleştirmeyi amaçladığı yarı-özerk nitelikli oluşumlardır (Sert, 2012, s. 130).

Bu amaç doğrultusunda ABD'de kurulan bazı önemli ajanslar; ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID), Yerel Yönetimler tarafından kurulan kalkınma ajansları ve Mahalle Yönetimleri tarafından kurulan kalkınma ajanslarıdır.

Avrupa'da Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Tarihsel Gelişimi

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa Kıtasında bölgeler arası eşitsizlikler daha da artmaya başlamıştır. İtalya'da kuzey ve güney bölgesi arasındaki farklılıklar; Fransa'da Paris ve çevresinin ülkenin diğer bölgelerine göre daha çok gelişmesi; İngiltere, İskoçya ve Galler'in eski sanayilerinin çökmesiyle buraların yeniden inşa edilmesine gerek duyulması gibi etkenler, Avrupa ülkelerinde bölgesel kalkınma politikalarının uygulanmasına neden olmuştur (Akın ve Yıldız, 2005, s. 39).

Avrupa'nın batısında bölgesel farklılıkların derinleşmesiyle birlikte, bu ülkelerde de ajanslar kurulmaya başlamıştır. Batı Avrupa ülkelerinde bölgesel kalkınma ajanslarının kurulması, 1950'li yılları öncesine dayanmaktadır. Avrupa Birliği'nin kurulmasıyla birlikte, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin gelişmesini sağlamak amacıyla 1990'lı yıllardan itibaren bu bölgelerde de ajanslar kurulmaya başlamıştır (Özen ve Özmen, 2010, s. 226-227).

Avrupa'da 1950'li yıllarda BKA'lar; Belçika, İrlanda, Avusturya ve Fransa'da, 1960-1970'li yıllarda; İngiltere, İtalya, Hollanda ve Almanya'da, 1980'li yıllarda; İspanya, Danimarka, Yunanistan ve Finlandiya'da kurulmuşlardır. 1990'lı yıllarda; Portekiz, Slovakya, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Litvanya, Macaristan, İsveç, Ukrayna ve Polonya'da AB'nin isteği üzerine bu ülkelerde de kalkınma ajansları da kurulmaya başlamıştır (Sakal, 2010, s. 179; Özen, 2005, s. 4).

Tablo 1: Avrupa Ülkelerinde Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Kuruluş Yılları

1950'ler ve öncesi	1960'lı ve 1970'li Yıllar	1980'li Yıllar	1990'lı Yıllar
Avusturya Belçika Fransa İrlanda	Almanya İngiltere İtalya Hollanda	İspanya Yunanistan Finlandiya Danimarka	Bulgaristan Çek Cumhuriyeti Estonya Macaristan Litvanya Polonya Portekiz Slovakya Ukrayna İsveç

Kaynak: (Özen ve Özmen, 2010, s. 257).

Avrupa'daki kalkınma ajanslarını kendi çatısı altında toplayarak hareket etmeyi hedefleyen EURADA (Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansları Birliği) 1991 yılında kurularak, faaliyete geçmiştir. EURADA'nın asıl amacı; AB'nin yatırımlarının danışmanlıklarını sürdürmek ve dünyadaki kalkınma ajansları ile AB'deki kalkınma ajansları arasında ortak işbirliği sağlamaktır (Cankorkmaz, 2011, s. 113-138).

Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Tarihsel Gelişimi

1950'li yıllardan itibaren AB ülkelerinde kurulmaya başlayan kalkınma ajansları, Türkiye'de 2000'li yıllarda Avrupa Birliğine giriş süreci ile düzenleme imkânı bulmuştur (Eren ve Cidecigiller, 2011, s. 396). AB ülkeleriyle karşılaştırma yapıldığında Türkiye, bölgesel olarak çok farklılık gösteren ve eşitsizliğe sahip olan ülke olarak görünmektedir (Koçberber, 2006, s. 37-55). Ülkemizde var olan bölgeler arası farklılıklar ve eşitsizlikler nedeniyle bölgesel planlama yapılması kaçınılmaz olmuştur.

Ülkemizde bölge planlaması çalışmaları ilk kez 1950'li yıllarda yapılmaya başlanmıştır. Bu çerçevede pilot bölgeler seçilmiş ve seçilen bölgelerle ilgili olarak sorunlar tespit edilmiş ve çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır (Taştekin, 2018, s. 73).

Bunlardan en önemlisi 1960 yılında kurulan Devlet Planlama Teşkilatı (DPT); ulusal düzeyde beş yıllık kalkınma planlamaları oluşturmaya başlamıştır. Aynı zamanda Bölgesel Kalkınma Planları (BKP), Yatırım Teşvikleri, Organize Sanayi Bölgeleri (OSB), Kırsal Kalkınma Projeleri (KKP), Kalkınmada Öncelikli Yörelere (KÖY) ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) gibi uygulamalarda Türkiye'de uygulanmıştır (Sarıca, 2001, s. 154-204).

1990'lı yıllarda bölgesel kalkınma ajanslarına yönelik ilk uygulamalar Türkiye'de uygulanmaya konulmuştur. Türkiye'de başlayan bu sürecin asıl amacı; AB'ye katılma sürecini hızlandırmak ve içsel kalkınma dinamiklerini harekete geçirmektir. Fakat bu örneklerin çoğu proje aşamasında kalmış veya uygulamanın başlangıcında çıkan sorunlar sebebiyle sona ermiştir (Berber ve Çelepci, 2005, s. 150).

BKA'ları ciddi anlamda ilk kez Türkiye, AB'ye aday üyeliğinin tescil edildiği 1999 yılında gerçekleşen Helsinki Zirvesi'nden sonra ele almıştır. Avrupa Birliği Komisyonu tarafından hazırlanmış olan "Katılım Ortaklığı Belgesi (KOB)" ile orta vadede yapılması gereken düzenlemeler arasında yer alan BKA'ları oluşturmak için yasal düzenleme işlemleri başlatılmıştır (Hasanoğlu ve Aliyev, 2006, s. 81).

Yapılan düzenlemeler ile NUTS sistemi olarak bilinen kısa vadede istatistiksel bölgeleri 22 Eylül 2002 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile kabul edilmiştir. 2003 yılına gelindiğinde Katılım Ortaklığı Belgesi'nde, AB'ye katılım öncesi mali destekli mali programlardan yararlanabilmek için BKA'ların kurulması öngörülmüştür. Bu süreç içerisinde "5449 sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu Koordinasyonu ve Görevleri Hakkındaki Kanun" gündeme gelmiş ve 25 Ocak 2006 tarihinde kabul edilerek, 08 Şubat 2006 tarihinde resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir (Soyak, 2005, s. 3-4).

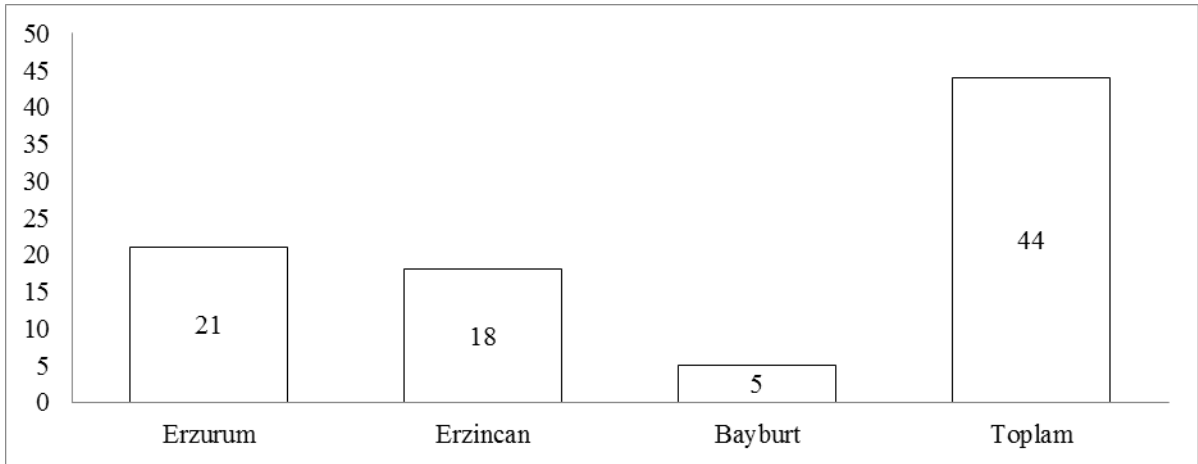
Araştırmanın Yöntemi

Veri toplama aracı olarak hazırlanan anket formu, KUDAKA'dan 2011 yılında destek alan, Erzurum, Erzincan ve Bayburt illerinde faaliyet gösteren 44 firmaya uygulanmıştır. Çalışmada gerçek durum tespiti yapılmış ve hedeflenen tüm firmalara ulaşıldığı için detaylı bir istatistikî analize gerek duyulmamış olup anket sonuçları grafiklerle ilgili bölüm başlıkları altında açıklanmıştır.

Araştırmada Bulunan Bulgular

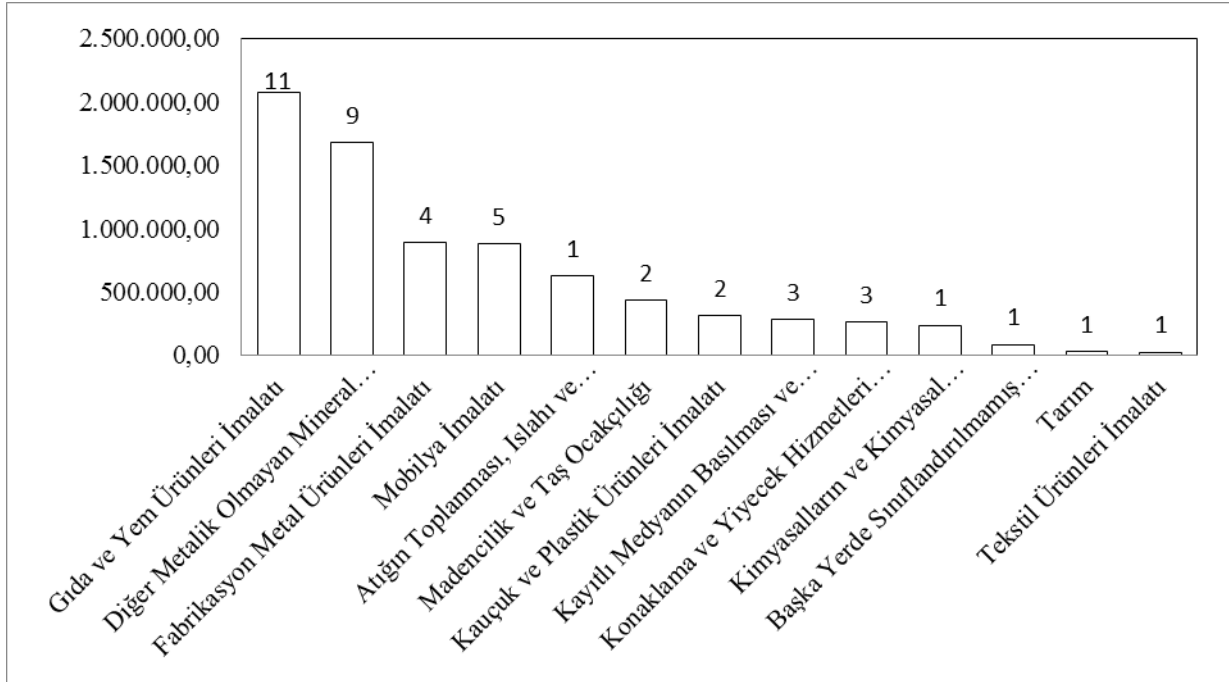
8 Şubat 2006 Tarih ve 26074 sayılı Resmi Gazete'de 5449 sayılı “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun” ile Türkiye’de kalkınma ajanslarının kuruluş süreci resmen başlamıştır. 26 Düzey 2 Bölgesi’nde 81 ili kapsayacak şekilde kurulan kalkınma ajansları; ulusal düzeyde Kalkınma Bakanlığı’nın koordinasyonunda ve İBBS (İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması) esas alınarak oluşturulmuştur. 22.11.2008 tarih ve 27062 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile Erzincan, Erzurum ve Bayburt illerinden oluşan TRA1 Bölgesinde Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı kurulmuştur (Kudaka, 2018, s. 6).

2011 yılında uygulanan “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ)” Mali Destek Programının Toplam Bütçesi 11 Milyon TL olup; 21’i Erzurum, 18’i Erzincan ve 5’i ise Bayburt ilinden olmak üzere toplam 44 işletme desteklenmiştir.



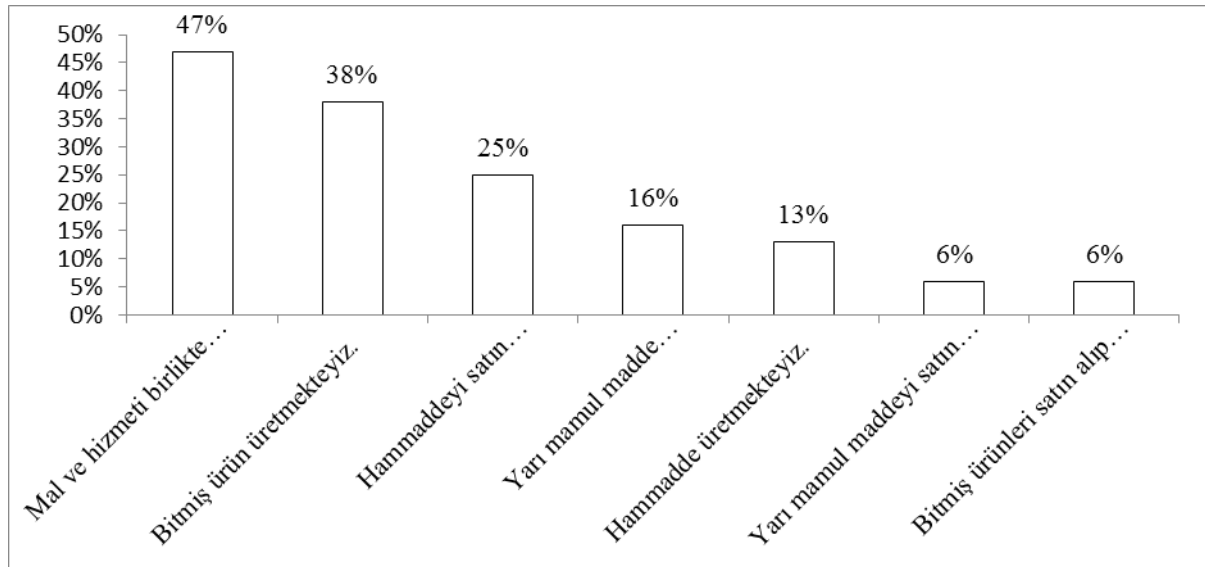
Grafik 1: 2011 Yılında Desteklenen İşletmelerin İllere Göre Dağılımı

Grafik 2’ye göre 2011 yılında işletmelere verilen mali desteğin; 2,1 Milyon TL Gıda ve Yem Ürünleri İmalatına (11), 1,7 Milyon TL Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünleri İmalatına (9), 886,7 Bin TL Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatına (4), 882,4 Bin TL Mobilya İmalatına (5), 626,9 Bin TL Atığın Toplanması, İslahı ve Bertaraf Faaliyetleri; Maddelerin Geri Kazanımına (1), 436,9 Bin TL Madencilik ve Taş Ocakçılığına (2), 314,1 Bin TL Kauçuk ve Plastik Ürünleri İmalatına (2), 281,2 Bin TL Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılmasına (3), 258,2 Bin TL Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Faaliyetlerine (3), 234,6 Bin TL Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatına (1), 84,6 Bin TL Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatına (1), 30,9 Bin TL Tarıma (1) ve 24,3 Bin TL Tekstil Ürünleri İmalatına (1) ayrıldığı görülmektedir.



Grafik 2: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sanayi Dallarına Göre Destek Miktarları

2011 yılında ajansın destek verdiği işletmelere; **“İşletme olarak ne üretmekteyiz”** diye sorulmuştur. 2011 yılında destek alan işletmelerin; %47’si mal ve hizmeti birlikte üretmekte, %38’i bitmiş ürün üretmekte, %25’i hammaddeyi satın almakta, %16’sı yarı mamul madde üretmekte, %13’ü hammadde üretmekte, %6’sı yarı mamul maddeyi satın almakta ve %6’sı ise bitmiş ürünleri satın alıp pazarladıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum Grafik 3’de gösterilmiştir.

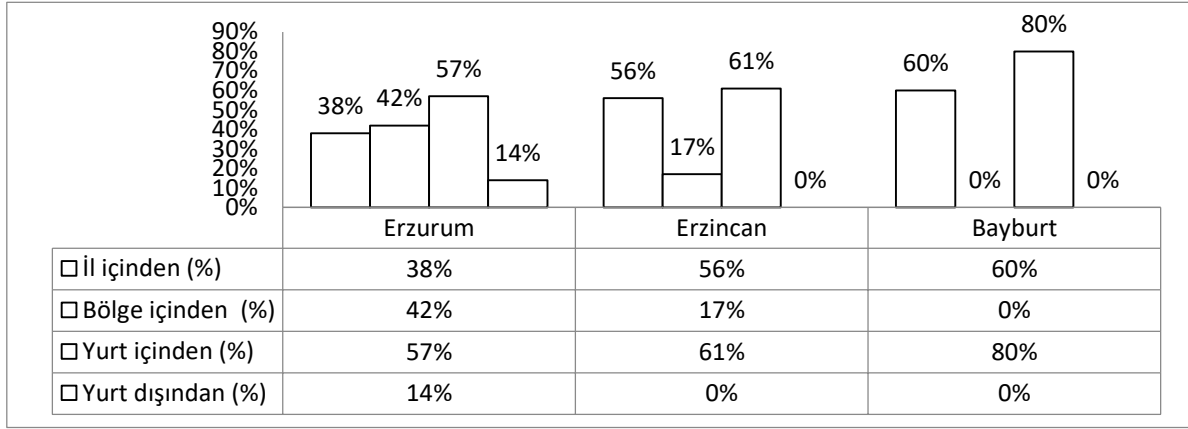


Grafik 3: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Üretim Şekilleri

2011 yılında ajansın destek verdiği işletmelere; **“İşletmeniz üretim için gerekli olan hammadde ve yarı mamulü nereden tedarik ettiğiz”** sorulmuştur.

2011 yılında destek alan işletmelerin üretim için gerekli olan hammadde ve yarı mamulü illere göre nereden tedarik ettiğine bakıldığında, Erzurum ilindeki işletmelerin; %38’i il içinden, %42’si bölge içinden (Erzurum-Erzincan-Bayburt), %57’si yurt içinden ve %14’ü ise yurt dışından; Erzincan ilindeki işletmelerin; %56’sı il içinden, %17’si bölge içinden (Erzurum-Erzincan-Bayburt) ve %61’i ise yurt

içinden; Bayburt ilinde ise işletmelerin; %60'ı il içinden ve %80'i ise yurt içinden tedarik ettiği ifade etmişlerdir. İlgili grafik incelendiğinde sadece Erzurum İlinde faaliyet gösteren işletmelerin hammadde ve yarı mamulün bir kısmını yurt dışından ithal ettiği görülmektedir.



Grafik 4: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Gerekli Olan Hammadde ve Yarı Mamulü Nereden Tedarik Ettikleri

İşletmelere “*Proje ile birlikte ürün tedarikçi sayısında artış olup olmadığı*” sorulmuştur.

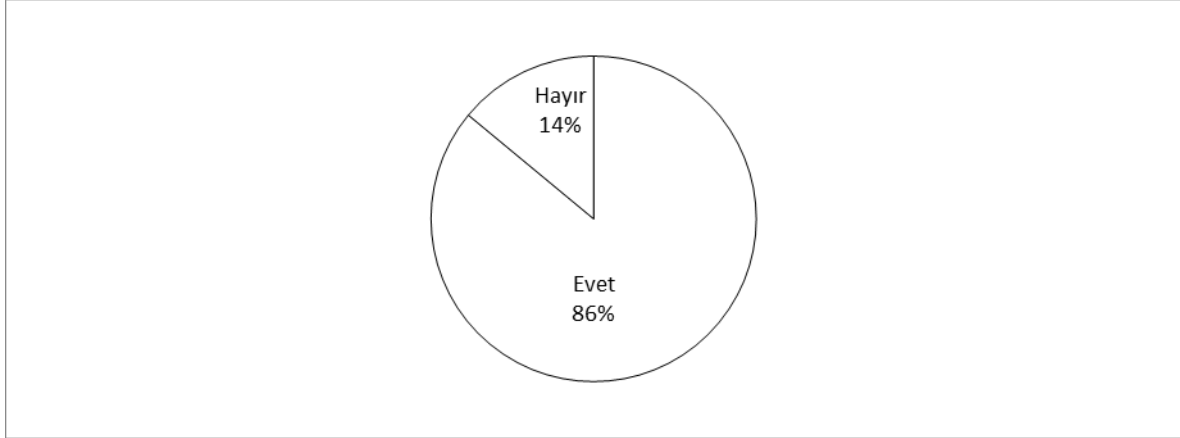
Grafik 5 incelendiğinde 2011 yılında destek alan işletmelerin; %82’sinin ürün tedarikçileri sayısında artış olduğu, %18’inde ise artış olmadığı görülmektedir. İşletmelerin illere göre ürün tedarikçi sayısında artış olup olmadığına bakıldığında ise Erzurum ilinde %85’inde artış olduğu, %15’inde artış olmadığı; Erzincan ilinde %84’ünde artış olduğu, %16’sında artış olmadığı ve Bayburt ilinde ise %60’ında artış olduğu, %40’ında ise artış olmadığı görülmektedir.



Grafik 5: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Ürün Tedarikçisindeki Yüzdeler (%) Artış

“*Proje ile birlikte kullandığımız hammadde ve yarı mamul miktarında artış olup olmadığı*” sorulmuştur.

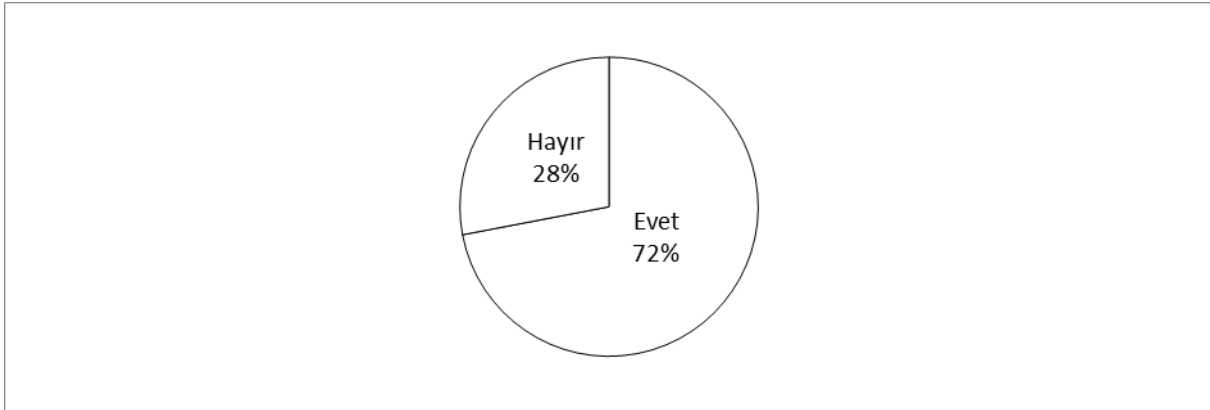
2011 yılında destek alan işletmelerin; %86’sında hammadde ve yarı mamul miktarında artış olduğu, %14’ünde ise artış olmadığı görülmektedir. İşletmelerin illere göre hammadde ve yarı mamul miktarında artış olup olmadığına bakıldığında, Erzurum ilinde %95’inde artış olduğu, %5’inde artış olmadığı; Erzincan ilinde %89’unda artış olduğu, %11’inde artış olmadığı ve Bayburt ilinde ise %100’ünde artış olduğu görülmektedir.



Grafik 6: 2011 ve 2013 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Hammadde ve Yarı Mamul Miktarındaki Yüzdeler (%) Artış

Ajans tarafından desteklenen işletmelere; **“proje ile birlikte başka işletmelere girdi olarak sattığınız ürünlerde artış olup olmadığı”** sorulmuştur.

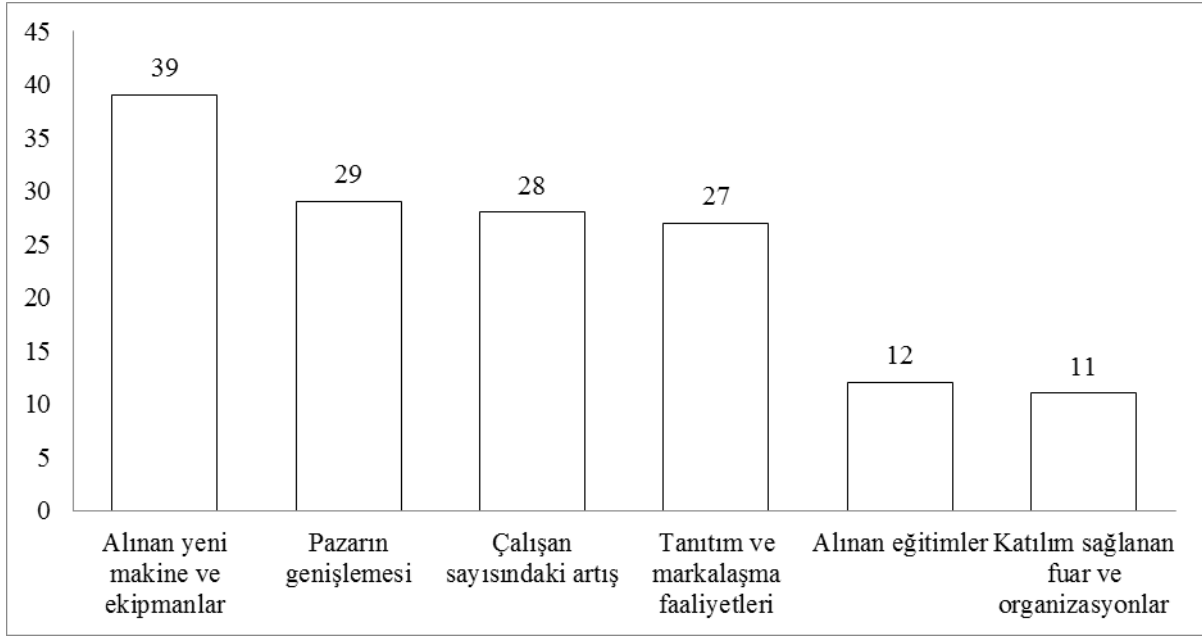
Grafik 7’de gösterildiği gibi; 2011 yılında destek alan işletmelerin %72’sinin girdi olarak sattığı ürünlerde artış olduğu, %28’inde ise artış olmadığı görülmektedir. Proje ile birlikte başka işletmelere girdi olarak sattığınız ürünlerde artış olup olmadığına illere göre dağılımına bakıldığında, Erzurum ilinde %67’sinde artış olduğu, %33’ünde artış olmadığı; Erzincan ilinde %89’unda artış olduğu, %11’inde artış olmadığı ve Bayburt ilinde ise %40’ında artış olduğu, %60’ında ise artış olmadığı görülmektedir.



Grafik 7: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Proje ile Birlikte Başka İşletmelere Girdi Olarak Sattıkları Ürünlerdeki Yüzdeler (%) Artış

Ajans tarafından desteklenen işletmelere; **“proje ile birlikte üretim miktarında artış olup olmadığı ve artış olan üretimin kaynağı”** sorulmuştur.

2011 yılında destek alan işletmelerin; %98’inin üretim miktarında artış olduğu, %2’sinde ise artış olmadığı görülmektedir. Ajans tarafından desteklenen 44 işletmenin üretim miktarındaki artışının kaynaklarına bakıldığında; 39 işletmede alınan yeni makine ve ekipmanlar, 29 işletmede pazarın genişlemesi, 28 işletmede çalışan sayısında artış olmasından, 27 işletmede tanıtım ve markalaşma faaliyetlerinden, 12 işletmede alınan eğitimler ve 11 işletmede katılım sağlanan fuar ve organizasyonlar olarak belirttikleri Grafik 8’de gösterilmiştir. 2011 yılındaki proje ile birlikte üretim miktarında artış olan alanların kaynağına bakıldığında ön plana çıkanlar ise; alınan yeni makine ve ekipmanlar, pazarın genişlemesi, çalışan sayısında artış ve tanıtım ve markalaşma faaliyetlerinde olduğu görülmektedir.



Grafik 8: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Proje ile Birlikte Üretim Miktarında Artış Olan Alanları

Ajans tarafından desteklenen işletmelere “*şu an itibariyle ürettiğiniz ürünleri hangi pazarlara satmakta oldukları*” sorulmuştur.

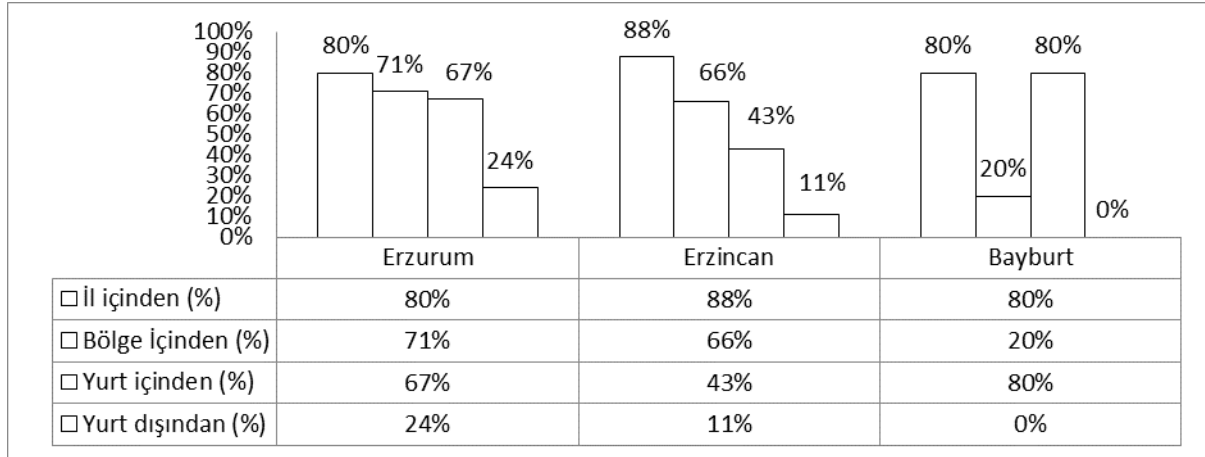
Grafik 9’da 2011 yılında destek alan işletmelerin illere göre sattıkları ürünleri hangi pazarlara sattıklarına bakıldığında, Erzurum ilindeki işletmelerin; %80’i il içinde, %71’i bölge içinde (Erzurum-Erzincan-Bayburt), %67’si yurt içinde ve %24’ü ise yurt dışındaki pazarlara satış yapmaktadır. Erzurum ilinde yurtdışındaki pazarlara satış yapan işletme sayısı 5’tir. Bu sonuçlara bakıldığında, Erzurum ilindeki işletmelerin satış yaptıkları pazarlar; il içinde, bölge içinde ve yurt içinde yoğunlaşmıştır.

Erzincan ilindeki işletmelerin; %88’i il içinde, %66’sı bölge içinde (Erzurum-Erzincan-Bayburt), %43’ü yurt içinde ve %11’i ise yurt dışındaki pazarlara satış yapmaktadır. Erzincan ilinde yurtdışındaki pazarlara satış yapan işletme sayısı 2’dir. Bu sonuçlara bakıldığında, Erzincan ilindeki işletmelerin satış yaptıkları pazarlar; il içinde ve bölge içinde yoğunlaşmıştır.

Bayburt ilindeki işletmelerin; %80’i il içinde, %20’si bölge içinde (Erzurum-Erzincan-Bayburt) ve %80’i ise yurt içindeki pazarlara satış yapmaktadır. Bayburt ilinde yurtdışındaki pazarlara satış yapan işletme yoktur. Bu sonuçlara bakıldığında, Bayburt ilindeki işletmelerin satış yaptıkları pazarlar; il içinde ve yurt içinde yoğunlaşmıştır.

Ajans tarafından desteklenen işletmelere “*projenin sona ermesiyle ürünlerinizi sattığınız pazar büyüklüğünde artış olup olmadığı*” sorulmuştur.

2011 yılında destek alan işletmelerin; %86’sının ürünlerini sattığı pazar büyüklüğünde artış olduğu, %14’ünde ise artış olmadığı görülmektedir. 2011 yılında destek alan işletmelerin illere göre ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış durumuna bakıldığında, Erzurum ilindeki işletmelerin; %90’ının ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu, %10’unda ise artış olmadığı; Erzincan ilindeki işletmelerin; %83’ünün ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu, %17’sinde ise artış olmadığı; Bayburt ilinde ise işletmelerin; %80’inin ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu, %20’sinde ise artış olmadığı görülmektedir. 2011 yılında destek alan işletmelerin pazarlarının büyük bir kısmını; Karadeniz, Doğu Anadolu, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi oluşturmaktadır.



Grafik 9: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Ürettiği Ürünlerini Sattıkları Pazarlar

Ajans tarafından desteklenen işletmelere; *“proje kapsamında istihdam sağlayıp sağlamadıkları”* sorulmuştur.

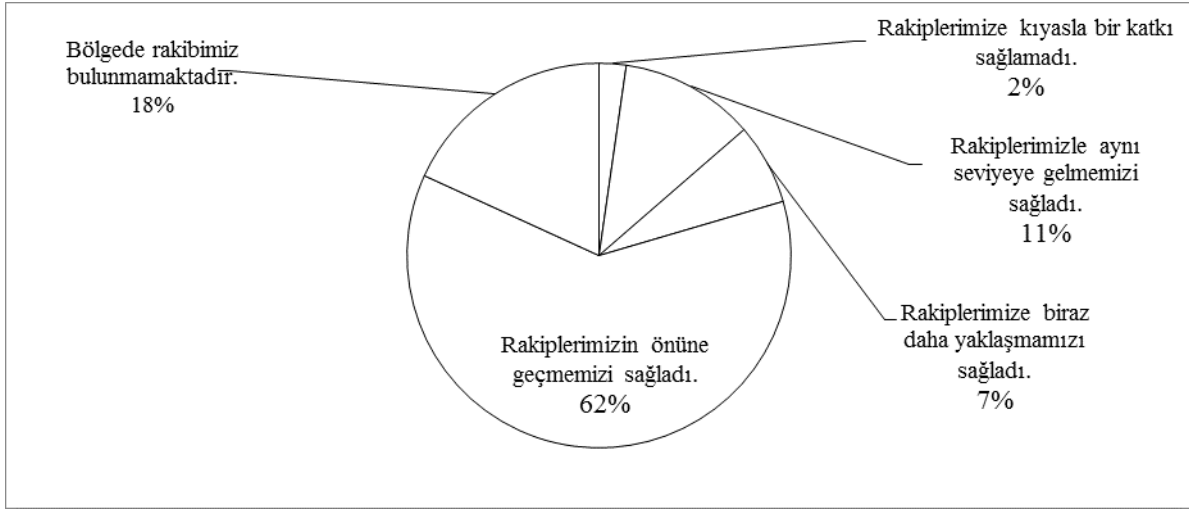
2011 yılında destek alan işletmelerin; %84’ü istihdam sağladığını, %16’sı ise sağlamadığını belirtmiştir. Erzurum ilinde; 230 kişi, Erzincan ilinde; 85 kişi ve Bayburt ilinde ise 26 kişi olmak üzere toplamda 341 kişinin istihdam edildiği Grafik 10’da gösterilmiştir. Grafik 10’daki verilere göre bölgede 2011 yılında ajans tarafından desteklenen işletmelerin; büyük çoğunluğunun istihdamını artırdığı görülmektedir. Ajansın amaçları doğrultusunda belirlediği öncelikler arasında yer alan istihdamın artırılması; 2011 yılında verilen desteklerde etkili sonuçlar elde edildiği saptanmıştır.



Grafik 10: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Proje Kapsamında İstihdam Sağlaması

İşletmelere *“rakiplerinizle kıyasladığınızda projenin size ne gibi faydaları olduğu”* sorulmuştur.

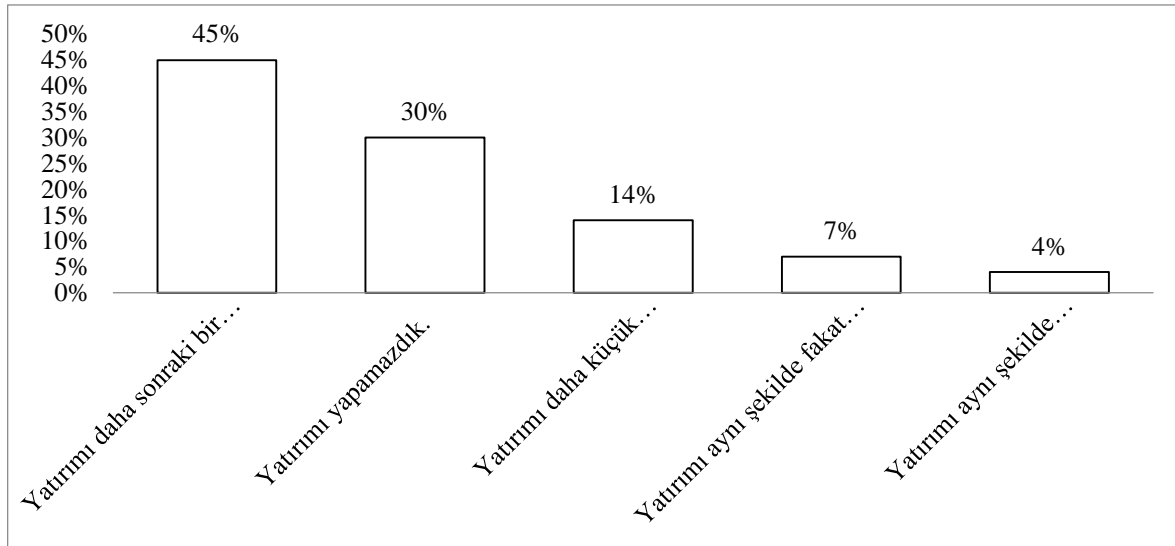
2011 yılında desteklenen işletmelerin; %62’si rakiplerinin önüne geçmesini sağladığını, %18’i bölgede rakibinin bulunmadığını, %11’i rakipleriyle aynı seviyeye (üretim kalitesi, kapasite vb.) gelmesini sağladığını, %7’si rakiplerine biraz daha yaklaşmasını sağladığını ve %2’si ise rakiplerine kıyasla bir katkı sağlamadığını belirttiği Grafik 11’de gösterilmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında ajanstan 2011 yılında destek alan işletmelerin; büyük çoğunluğunda proje faydalı olmuştur.



Grafik 11: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Proje Faydaları

İşletmelere “*ajans tarafından bu projeniz desteklenmeseydi yine de bu yatırımı gerçekleştirip gerçekleştirmeyecekleri*” sorulmuştur.

2011 yılında desteklenen işletmelerin; %45’i yatırımı daha sonraki bir zamanda yapacağını, %30’u yatırımı yapamayacaklarını, %14’ü yatırımı daha küçük ölçekli yapacağını, %7’si yatırımı aynı şekilde fakat bölge (Erzurum-Erzincan-Bayburt) dışına yapacağını ve % 4’ü ise yatırımı aynı şekilde yapacağı Grafik 12’de gösterilmiştir. 2011 yılında ajans tarafından verilen destekler olmasaydı, 13 proje yararlanıcısı yatırımını yapamayacağını belirtmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında; ajansın projelere desteği olmasa da, çoğu işletme sahibi bu yatırımlarını yapacağı söylenebilir. Ajans tarafından Mali Destek Programı kapsamında verilen desteklerin büyük çoğunluğu, hali hazırda gerçekleştirilecek yatırımlara verildiği görülmektedir.

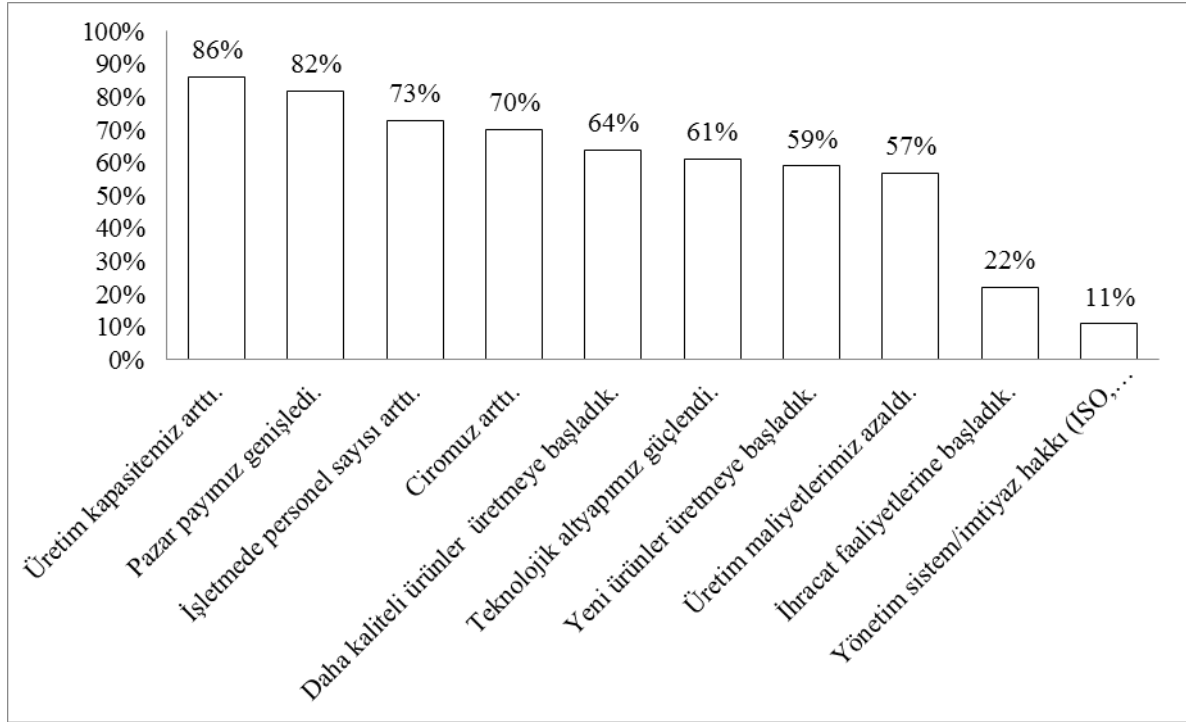


Grafik 12: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Ajans Desteği Olmadan Projeyi Gerçekleştirme Durumları

Desteklenen işletmelere “*projenizin en önemli çıktıları neler olduğu*” sorulmuştur.

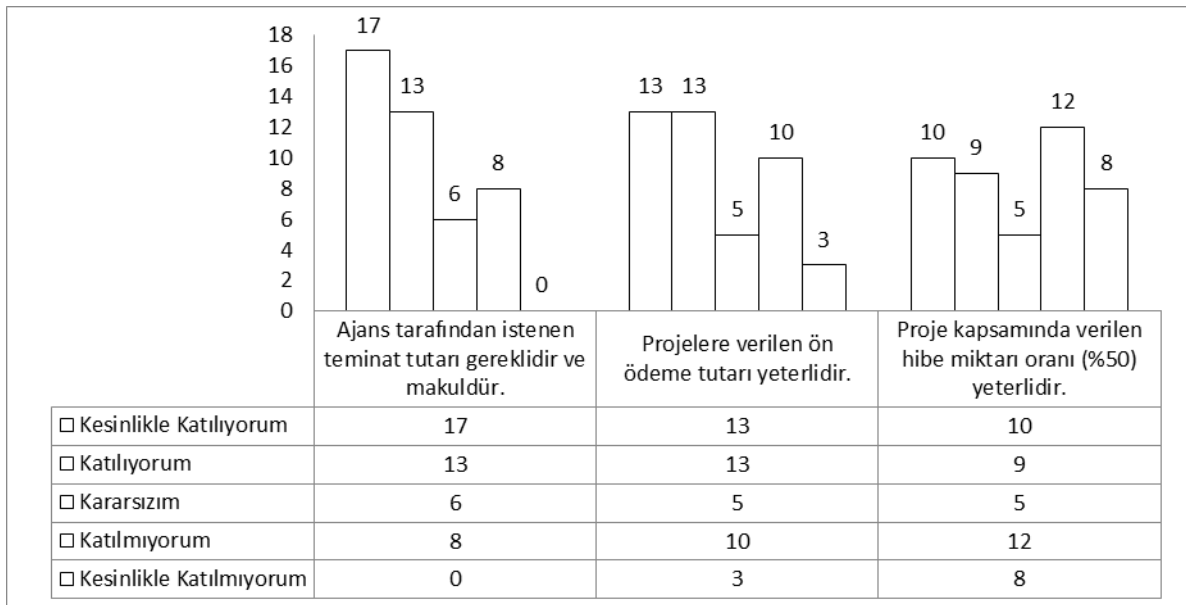
2011 yılında ajans tarafından desteklenen işletmelerin; %86’sının Üretim kapasitesinin arttığı, %82’sinin Pazar payının genişlediği, %73’ünün İşletmesinde personel sayısının arttığı, %70’inin Ciroyunun arttığı, %64’ünün Daha kaliteli ürünler üretmeye başladığı, %61’inin Teknolojik altyapısının güçlendiği, %59’unun Yeni ürünler üretmeye başladığı, %57’sinin Üretim maliyetlerinin azaldığı, %22’sinin İhracat

faaliyetlerine başladığı ve %11'inin ise Yönetim sistem/imtiyaz hakkı (ISO, OHSAS, HACCP, TSE, CE, Patent vb.) belgelerine sahip olduğu projenin en önemli çıktıları olarak Grafik 13'de gösterilmiştir.



Grafik 13: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmeler İçin Projenin En Önemli Çıktıları

2011 yılında destek alan işletmelerin; %68'i ajans tarafından istenen teminat tutarı gerekli ve makul olduğunu, %59'u projelere verilen ön ödeme tutarı yeterli olduğunu ve %43'ü de proje kapsamında verilen hibe miktarı oranı (%50) yeterli olduğunu belirttiği Grafik 14'de gösterilmiştir. 2011 yılında proje kapsamında desteklenen işletmelerin %45'i verilen hibe miktarı oranı (%50) yeterli olmadığını belirtmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında; ajans tarafından yapılan ödemeler için olumsuz herhangi bir görüş yoktur. İşletmelerin verilen destek tutarlarının yetersiz olduğunu belirtmeleri ise refleks haline gelmiş her zaman şikâyetçi oldukları durumdur.



Grafik 14: 2011 Yılında Ajans Tarafından Desteklenen İşletmelerin Proje Ödeme Süreçlerine İlişkin Görüşleri

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA); Türkiye’de kurulan 26 ajans içinde, Erzincan, Erzurum ve Bayburt illerini kapsayan ve faaliyet gösteren bölgesel kalkınma ajanslarından biridir. İlk kez 2010 yılında KOBİ Mali Destek Programı kapsamında işletmelere destek vermiştir. 2010-2016 yılları arasında Mali Destek Programı kapsamında; ajansın desteklere ayırdığı miktar 72,6 Milyon TL olmuştur. Mali Destek Programına bu yıllar arasında 1394 proje başvurusu yapılmış olup, 354 proje yararlanıcısı ile sözleşme imzalanmıştır.

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı’nın (KUDAKA); 2011 yılında Toplam Bütçesi 11 Milyon TL olarak gerçekleşmiştir. KOBİ Mali Destek Programlarının etki değerlendirme sonuçlarına bakıldığında;

- 2011 yılında uygulanan KOBİ Mali Destek Programı kapsamında; projelerin eş finansman kaynağı ile yaklaşık 23 Milyon TL’lik yatırım yapılmıştır.

- 2011 yılında destek alan 44 işletmenin; %98’inin üretim miktarında artış olduğu, %2’sinde ise artış olmadığı görülmektedir. Sadece 1 işletme üretiminde herhangi bir artış olmadığını belirtmiştir. 2011 yılındaki proje ile birlikte üretim miktarında artış olan alanların kaynağına bakıldığında ön plana çıkanlar ise; alınan yeni makine ve ekipmanlarda, pazarın genişlemesi, çalışan sayısında artış ve tanıtım ve markalaşma faaliyetlerinde olduğu görülmektedir.

- 2011 yılında destek alan işletmelerin; %86’sının ürünlerini sattığı pazar büyüklüğünde artış olduğu, %14’ünde ise artış olmadığı görülmektedir.

- 2011 yılında destek alan işletmelerin illere göre ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış durumuna bakıldığında, Erzurum ilindeki işletmelerin; %90’ının ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu, %10’unda ise artış olmadığı; Erzincan ilindeki işletmelerin; %83’ünün ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu, %17’sinde ise artış olmadığı; Bayburt ilinde ise işletmelerin; %80’inin ürünlerini sattıkları pazar büyüklüğünde artış olduğu, %20’sinde ise artış olmadığı görülmektedir. 2011 yılında destek alan işletmelerin pazarlarının büyük bir kısmını; Karadeniz, Doğu Anadolu, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi oluşturmaktadır.

- 2011 yılında destek alan işletmelerin; %84’ü istihdam sağladığını belirtmiştir. Erzurum ilinde; 230 kişi, Erzincan ilinde; 85 kişi ve Bayburt ilinde ise 26 kişi olmak üzere toplamda 341 kişi istihdam edilmiştir.

- 2011 yılında destek alan işletmelerin; %70’i personel almayı düşündüklerini ifade etmişlerdir. Erzurum ilinde; 326 kişi, Erzincan ilinde; 115 kişi ve Bayburt ilinde ise 8 kişi olmak üzere toplamda 446 kişi personel istihdam etmeyi düşünmektedirler.

- 2011 yılında uygulanan KOBİ Mali Destek Programı kapsamında; ajans tarafından desteklenen işletme sahiplerinin büyük çoğunluğu proje uygulama sürecine ilişkin görüşleri olumlu yönde olmuştur. Olumlu sonuçlar elde edilmesindeki en büyük neden ise; işletme danışmalarının büyük bir rol oynamasıdır.

- Araştırma sonuçlarına bir bütün olarak bakıldığında 2011 yılında TRA1 bölgesi olarak bilinen Erzurum, Erzincan ve Bayburt illerinde destek alan işletmelerin büyük çoğunluğunda önemli faydalar elde edildiği ve desteklerin bölge ekonomisine önemli oranda bir katkı sağladığı görülmüştür. KUDAKA’nın kuruluşundan itibaren bölgede bulunan işletmelere mali ve teknik destekler vermesi, Ajansın bölgede etkili bir konumda olduğunu göstermektedir. Ajans tarafından KOBİ Mali Destek Programı kapsamında verilen desteklerin; ulusal kalkınma programları ile uyumlu bir şekilde faaliyet göstermesi; gelecekte daha başarılı sonuçlar elde edilmesinde ve bölgeler arası eşitsizliklerin ve dengesizliklerin ortadan kalkmasında etkin bir rol oynayabilir. KUDAKA’nın bölgede yer alan diğer ekonomik aktörlerle birlikte hareket etmesi etkinlik ve verimliliğin de önemli derecede artmasına neden olacaktır. Aynı şekilde ajansın hibe ve destek programlarından yararlanmak isteyen proje yararlanıcılarına; Ar-Ge hizmetleri ve danışmanlık hizmetleri verilmesi, hibe ve destek programlarının doğru yerde, doğru bir şekilde kullanılması açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, S. ve Yıldız, F. (2005). Bölgesel kalkınma ajansları ve Türk tarımına etkileri. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, *Türk Tarım dergisi*, 163, 8-44.
- Akpınar, R., Taşçı, K. ve Özsan, M. (2011). *Teoride ve uygulamada bölgesel kalkınma politikaları*. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Aydemir, C. ve Karakoyun, İ. (2011). *Yeni bölgesel kalkınma yaklaşımı ve kalkınma ajansları: Karacadağ kalkınma ajansı örneği*. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Cankorkmaz, Z. (2011). Türkiye'de bölgesel kalkınma ajansları ve bu ajanslara yönelik eleştiriler. *Dokuz Eylül İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 113-138.
- Berber, M. ve Çelepçi, E. (2005). Türk bölgesel kalkınma politikalarında yeni arayışlar: Kalkınma ajansları ve Türkiye'de uygulanabilirliği. *Doğu Karadeniz Kalkınma Sempozyumu*, 149-157.
- Çakmak, E. (2006). *Yerel ekonomi ve bölgesel kalkınma ajansları*. Ankara: İmaj Yayınevi,
- Dinler, Z. (1994). *Bölgesel iktisat*. 4. Basım. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Dinler, Z. (2005). *Bölgesel iktisat*. 7. Basım. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Dura, Y. C. (2007). Dünya uygulamaları bağlamında kalkınma ajanslarının yapısal analizi. *Türk İdare Dergisi*, 141-171.
- Eren, H. ve Cidecigiller, A. (2011). Bölgesel kalkınma ajansları. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 69(1-2), 391-410.
- Gök, A. (2004). Bölgesel kalkınmanın dış ticarete etkisi ve GAP örneği. Uygur E., Civcir İ. (Ed.) GAP Bölgesinde Dış Ticaret ve Tarım, 75-80.
- Hasanoğlu, M. ve Aliyev, Z. (2006). Avrupa Birliği ile bütünleşme sürecinde Türkiye'de bölgesel kalkınma ajansları. *Sayıştay Dergisi*, 60, 81-103.
- Koçberber, S. (2006). Kalkınma ajansları ve sayıştay denetimi. *Sayıştay Dergisi*, 61, 37-55.
- KUDAKA (2018). *2018 yılı ajans ara faaliyet raporu*. Erzurum.
- Özen, P. A. ve Özmen, Y. (2010). *Türkiye'de bölgesel kalkınmanın yeni örgütleri kalkınma ajansları: Öğrenen bölgeler perspektifinde AB bölgesel kalkınma ajanslarının gelişimi, mevcut durumu ve Türkiye'nin alacağı dersler*. Akgül B., Uzay N. (Ed.). Bursa: Ekim Kitapevi.
- Özen, P. A. (2005). *Bölgesel kalkınma ajansları*. Ankara: TEPAV.
- Özer, Y. E. (2008). Küresel rekabet-bölgesel kalkınma ajansları ve Türkiye. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 9/10.
- Sakal, M. (2010). *Bölgesel kalkınma sürecinde bölgesel kalkınma ajansları*. İzmir: Altı Nokta Yayınevi.
- Sarıca, İ. (2011). Türkiye'de bölgesel gelişme politikaları ve projeleri. *Akdeniz Üniversitesi İBBF Dergisi*, 154-204.
- Sert, O. (2012). Bölge, Türkiye'de bölge kavramı ve kalkınma ajanslarının yapısı. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 119-146.

- Soyak, A. (2005). Ertelenen 9. kalkınma planı ve Türkiye’de planlamanın geleceği üzerine bir not. *Bilim ve Ütopya Dergisi*, 136, 3-4.
- Taştekin, A. (2018). Türkiye’de bölgesel kalkınma stratejileri ve bölge idareleri. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(1), 69-83.
- Tuncel, C. O. Ve Bakir, H. (2010). Yenilik Temelli Bir Bölgesel Gelişme Sürecinde Kalkınma Ajanslarının Yeri. *İşletme ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi*, 19-41.

Moda Endüstrisinin Giyilebilir Teknoloji Tasarımları

Dr. Öğr. Ü. Nursen Geyik Değerli¹

Geliş tarihi: 21.12.2018

Kabul tarihi: 10.01.2019

Atıf bilgisi:

*Uluslararası Bilimsel
Araştırmalar Dergisi (IBAD)*

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 50-65 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 07%

¹ Nişantaşı Üniversitesi, STF, Türkiye
nursen.degerli@nisantasi.edu.tr
ORCID ID 0000-0001-9144-3066

ÖZ

Endüstri devrimi ile sarsıcı gelişmeler yaşanmıştır. Bu devrime destek sağlayan ana endüstrilerden tekstil endüstrisi, üretimde işbölümünün başlaması ve sürekli artan üretim miktarları ile çok hızlı bir ivme kazanmıştır. Günümüzde ise tekstil ve moda endüstrilerinin, 4. Sanayi Devrimi yani Endüstri 4.0 ile bütünleşme gayreti içinde olduğu ve teknoloji kullanımına yoğunlaştığı görülmektedir. Tekstil ve moda endüstrilerinin işleyiş biçimini değiştirmeye çalışan markalar ve tasarımcılar, teknoloji firmaları ile işbirliğine ve yüksek teknolojiye önem vermektedirler. Diğer yandan en son teknolojileri kullanan tekstil ve moda endüstrilerinin firmaları, bu alana giriş yapmak isteyen teknoloji firmaları ile rekabet halindedirler. Teknoloji, giysilerin üretim şekillerini ve bireylerin giysilerden beklentilerini değiştirmiştir. Yüksek modadan (Haute Couture) teknoloji odaklı modanın yarattığı yüksek teknoloji moda ("Haute-Tech" Fashion) dönüşüm ile aslında en büyük devrimlerden biri yaşanmaktadır. Bu çalışmada; giyilebilir teknoloji tasarımları tarihinden örnekler ile günümüz moda endüstrisinin öncü markalarının ve teknoloji firmalarının ortaya koyduğu disiplinler arası giyilebilir teknoloji tasarımları yer almaktadır. Moda ve teknoloji endüstrilerinin güncel moda tasarım ürünleri örnekler üzerinden incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tekstil, Moda, Tasarım, Yüksek Teknolojili Moda, Giyilebilir Teknoloji

Wearable Technology Designs of Fashion Industry

Lecturer, Ph.D. Nursen Geyik Değerli¹

First received: 21.12.2018

Accepted: 10.01.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 50-65 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 07%

¹ Nişantaşı University, FAT, Turkey
nursen.degerli@nisantasi.edu.tr
ORCID ID 0000-0001-9144-3066

ABSTRACT

There have been dramatic developments with the industrial revolution. The textile industry, which is one of the main industries supporting this revolution, has gained very rapid momentum with the beginning of the division of labor in production and the increasing production quantities. Nowadays, it is seen that the textile and fashion industries are in an effort to integrate with the 4th Industrial Revolution, namely Industry 4.0 and concentrate on the use of technology. Brands and designers, who try to change the way the textile and fashion industries operate, attach importance to cooperation with technology companies and high technology. On the other hand, the companies of the textile and fashion industries using the latest technologies are competing with the technology companies that want to enter this area. Technology has changed the way the garments are produced and the expectations of the individuals from the garments. With the transformation of high-tech fashion (Haute-Tech Fashion) from high fashion (Haute Couture) to technology-oriented fashion, actually one of the biggest revolutions is experienced. In this study, the history of wearable technology designs and the interdisciplinary wearable technology designs put forward by the leading brands and technology firms of today's fashion industry are included. Current fashion design products of fashion and technology industries are examined through examples.

Keywords: Textile, Fashion, Design, Haute-Tech Fashion, Wearable Technology

GİRİŞ

Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesine katkı sağlayan ana endüstrilerden biri tekstil endüstrisidir. İçinde bulunulan 21. yüzyıl moda, tekstil ve teknoloji endüstrilerinin en yoğun etkileşimi yaşadığı dönemdir.

Geleceğin zamanından önce gelişinden ve yeni uygarlığın güçlü bir devrimle geliyor olmasından söz eden Alvin Toffler'e göre (Toffler, 2008, s. 19):

“Şu anda deneyimlediğimiz sarsıcı değişiklikler rasgele gelişmeler değil, aslında tam aksine son derece net ve kolay seçilebilir bir oluşumun biçimlendirici unsurlarıdır... Kısacası, şu anda oluşumlarını gözlemlediğimiz şeyler küresel bir devrimden daha azı değildir; gerçek şu ki tarihte ileri doğru daha önce benzeri görülmemiş türde bir sıçrama gerçekleştiriyoruz.”

Giysi ve teknolojinin bir araya gelmesi ile günümüzün giyilebilir teknolojileri, insan bedenini teknoloji taşıyıcısı durumuna getirmektedir. Elde taşınabilir mobil cihazların işlevleri (teknolojik gelişmelere paralel olarak kumaş konstrüksiyonuna katılmakta) “ikinci deri” olarak adlandırılan giysi formuna dönüşmektedir. Giysi ile bedenin ayrı kalma işlevini ortadan kaldıran kontakt lens, bedene yapışan bant veya dövme olarak yapılan uygulamalar ise; giyilebilir teknolojiler ile insan bedeni arasında direkt etkileşimi sağlar.

Geniş kitleleri etkileyen hazır giyim endüstrisinin haute-couture modasını takip ettiği gibi; moda endüstrisinin yönlendirmesine ihtiyaç duyan giyilebilir teknoloji, “high-tech fashion” ve “haute-tech” kavramlarını ortaya çıkarmıştır.

ENDÜSTRİ 4.0 VE MODA

Var olduğundan beri insanın en temel gereksinimi barınma, yiyecek ve giyecek olmuştur. Giyim, önceleri doğa koşullarından korunma ihtiyacı ile ortaya çıkmış, zaman içerisinde kişilerin süslenme ve zarif görünme isteğini de barındıran sosyokültürel bir işlev kazanmıştır. Giyim, bireylerin fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik ihtiyaçlarını karşılayan temel bir kavramdır.

Giysi; estetik ve işlevselliği içinde barındırmanın yanı sıra bilimsel, teknik, teknolojik ve sanatsal bir bütünlüğü ifade eder (Bedük ve Yıldız, 2004, s.170). Dolayısıyla giysi tasarımında teknik ve teknolojinin yanı sıra; tasarımcıların giysiye katacakları estetik ve sanatsal unsurlara da ihtiyaç vardır.

İşlevsellik ve ergonomi bağlamında teknoloji ile giysiyi bir araya getiren giyilebilir teknoloji tasarımları oluşturmak, karmaşık süreçleri içerir. Tasarımların gerçekleştirilmesi birçok alandan farklı uzmanlık ve bilgi birikimini gerektirir. Fonksiyonel ürünlerin aynı zamanda estetik unsuru taşıyan ürünler olarak tüketicilerin kişisel beklenti ve beğenilerine de hitap etmesi istenir.

Bu durum, günümüz teknoloji şirketlerinin tekstil ve moda endüstrisine yaklaşmasına; moda ve lüks markalarının ise teknoloji içeren ürünlerle tüketici kitlesinin arzularına daha hızlı yanıt vermesine neden olur. Endüstri 4.0 ile hız kazanan rekabet koşullarında teknoloji ve moda endüstrisindeki firmalar, giyilebilir teknoloji tasarımları pazarından daha fazla pay almak gayreti içindedirler.

Endüstri 4.0 ile, bilişim teknolojilerinin endüstriyel alanda daha etkin bir üretim destek aracı olması ve bunun da ötesinde son ürünlerin bir bileşeni haline gelmesi hedeflenmektedir. Üretim süresi, maliyetler ve üretim için ihtiyaç duyulan enerji miktarını azaltmak, üretim miktarı, fonksiyonellik ve kaliteyi arttırmak amaçlanmaktadır. Endüstri 4.0 için “bulut bilişim”, “yapay zeka”, “büyük veri”, “nesnelerin interneti”, “siber güvenlik”, “robot teknolojileri”, “üç boyutlu baskı” temel bileşenler olarak kabul edilir. Moda ve tekstil endüstrilerinde kullanılmaya başlanan bu yeni teknolojiler ve sistemler, tasarım süreçlerini de doğrudan etkilemektedir.



Şekil 1: Modanın geleceğine ilişkin öngöründe bulunarak moda ve teknolojiyi “giyilebilir” eğilimi ile bir araya getiren Alexander McQueen tarafından Givenchy için yapılan tasarımlar, F/W 1999 (URL 1,2)

GIYİLEBİLİR TEKNOLOJİNİN TARİHİ

Giyilebilir kelimesi en basit şekilde, giyime uygun nesneyi veya eşyayı tanımlar: Giysi, mücevher, gözlük, ayakkabı, aksesuar, zırh, vb. Giyilebilir Teknoloji ise; giyilebilen ve giysinin bir parçası ya da aksesuarı olarak onunla bütünleşen elektronikleri kapsar. Giyilebilir Teknolojiler sağlık, güvenlik ve irtibat kurma gibi pek çok alanda yeni çözümler ve olasılıklar sunar.

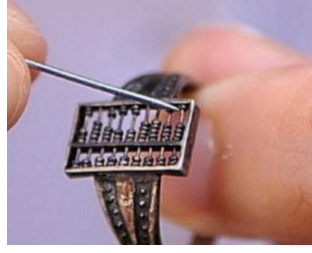
Günümüzün en yaygın kullanılan komplike teknolojik araçlarından cep telefonlarından önce, birçok insan zamanı ölçebilmek için saat kullanırdı. Alman Peter Henlein tarafından 1510 yılında yapılan küçük saat tasarımları, yaklaşık 8 cm. çapında boyunda zincirle taşınabilir ve kolye olarak kullanılabilir özellikteydi. 1600’lü yıllara gelindiğinde en popüler moda ürün kadınların bilezik olarak kullandığı kol saatleri ve erkeklerin kullandığı cep saatleriydi. Birinci Dünya Savaşı’nda birçok askerin kullandığı kol saatleri, savaştan sonra tekrar tasarlanarak geniş kitlelerin kullanımına uygun hale getirilmiştir. 1920’de mekanik dijital, 1972’de elektronik dijital, 1975’te hesap makineli saat tasarımları yapılmıştır. 1982’de Seiko televizyon ekranlı saat, 1994’te Timex diğer dijital araçlarla iletişim kurabilen saat, 2010’da Seiko ilk akıllı saati piyasaya sürmüşlerdir. Günümüzde Apple, Samsung, Google akıllı ve pek çok fonksiyona sahip bileklikler üretmektedirler (Guler, Madeleine, & Sicchio, 2016, s. 4).



Şekil 2: Kolye olarak kullanılan ilk küçük saat tasarımları ve “Pomander Watch”, Peter Henlein, 1510 (URL 3,4)

Giyilebilir teknolojinin tarihçesinde bilinen ilk örneklerden Çin’de 17. yüzyılda kullanılan karmaşık abaküs halkası şeklindeki yüzük sayılabilir. Toplu iğne ucu ile sıralı boncuklar kaydırılarak hesaplama yapılabilen 1,2 cm. uzunluğunda ve 0,7 cm genişliğindeki yüzüğü, sürekli seyahat eden tüccarların kullandığı tahmin edilmektedir. (The History Of Wearables, 2018).

İlk giyilebilir cihazlardan biri olan ve kişinin dünya algısını geliştiren gözlük camı, kullanıcıya daha net gelişmiş görüş sağlamak için tasarlanmıştır. Roma İmparatoru Nero, gladyatör dövüşlerini daha iyi izlemek için cilalı zümrüt kullanmıştır. Gözlük, 1967 yılında Hubert Upton tarafından artırılmış gerçeklik gözlüğü yaratılana kadar basit araç olarak kalmıştır (Guler, Madeleine, & Sicchio, 2016, s. 7).



Şekil 3: Çin’de kullanılan abaküs yüzük, 17. Yüzyıl (URL 5)

Hayvan boynuzları, deniz kabukları veya camdan yapılan kulak trompetleri; bilinen ilk işitme cihaz örnekleri olarak giyilebilir teknolojiler tarihinde yer alır. Zamanla insanlar kulak trompetlerini gizlemek istemişlerdir. 1800’lerde bazı tasarımlarda işitme cihazları şapkalara, saç bantlarına, kıyafetlere, sakallara veya büyük kabarık saç modellerine dâhil edilmiş ve ilk dijital işitme cihazı 1996 yılında piyasaya sürülmüştür (Hearing Solutions, 2016).

Giyilebilir teknolojiler, 1883 yılında sahnede de görülmüştür. La Farandole bale gösterisinde dansçılar, giysilerine gizlenen pillerle çalışan elektrikli lambaları olan başlıklarla dans etmişlerdi. (Guler, Madeleine, & Sicchio, 2016, s. 6)

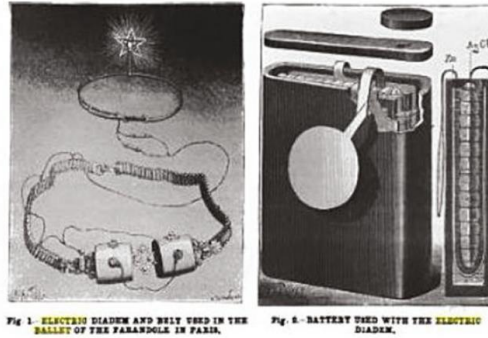


Fig. 1 - ELECTRIC DIADEM AND BELT USED IN THE BALLET OF THE FARANDOLE IN PARIS. Fig. 2 - BATTERY USED WITH THE ELECTRIC DIADEM.

Şekil 4: Giyilebilir Elektrikli Başlık, La Farandole Balesi, 1883 (Guler, Madeleine, & Sicchio, 2016, s.6)

John Harrison, 1762’de zamanın hatasız bir şekilde ölçülebilmesini taşınabilir bir makine yani cep saatinin icadı ile yapmıştır. Giyilebilir teknoloji tarihinde, 1975 yılında Hamilton Watch tarafından üretilen hesap makineli dijital kol saati; günümüzün giyilebilir akıllı cihazlarının başlangıcı olmuştur (Ferah, 2014).

1990’lı yıllarda yüksekte çalışan ve artan güvenlik kameralarına bir tepki olarak “sousveillance” giyilebilir kamera konsepti ortaya çıkmıştır. Günümüzde bu konsept, kişisel bilgileri sürekli kaydeden ve dünyanın her tarafından ulaşılabilen Eye Tap, JenniCam gibi tasarımlarla devam etmektedir (The Great Catopticon, 2010).



(Ceiling dome) Mann 1998 Microsoft 2004 Memoto 2013

Şekil 5: Giyilebilir kamera konsepti gelişimi (URL 6)

Samsung Galaxy Gear ve Google Glass ile giyilebilir teknoloji ürünleri bir dönüm noktası yaşamıştır. Bilimkurgu ürünü olarak görünseler bile, giyilebilir teknoloji devriminde teknoloji ile moda endüstrilerinin birlikteliğini sağlayan ve bunu yalın biçimde gösteren ilk ürünlerdir (Curtis, 2013).

Microsoft firmasının geliştirdiği akıllı giyilebilir cihaz HoloLens, kullanıcının dijital içerikle etkileşime girmesini ve çevresindeki hologram dünyası ile etkileşime geçmesini sağlayan ilk bağımsız holografik bilgisayar olmuştur (Microsoft HoloLens).

Araştırmacılar giyilebilir bilgisayarları, iletişim sistemlerini, GPS sistemlerini ve vücut sensörlerini içeren "akıllı" moda geliştirme çabasındalar. Akıllı telefon ekranını ön kola yansıtabilen suya dayanıklı Cicret bileklik, telefonun kol üzerinden kontrol edebilmeyi sağlamaktadır (Ranere).



Şekil 6: Cicret bileklik (URL 7)

İngiliz HauteTech tasarımcısı Di Mainstone, giyimin bir hikayeyi anlatan ara yüz haline geldiğini ifade etmektedir (Haute Tech, 2009). Ancak giysilerin yanında insan bedeni için de tasarım arayışları sürmektedir. Örneğin; yararlı işler yapan akıllı bir dijital dövme kişilerin günlük hayat aktivitelerini kolaylaştırırken, estetik bir görünüm de sağlar.



Şekil 7: Dijital Dövme'yi başlatan Motorola, telefonu hızlı bir dokunuşla açan NFC (kablosuz iletişim teknolojisi) tabanlı bir cilt etiketi kullanıyor (URL 8).

Illinois Üniversitesi'ndeki araştırmacılar, vücut iç işleyişini yüzeyden izleyebilen insan saçından daha ince, bilgisayar fiberlerinin implante edilebildiği bir deri ağı oluşturdu (Arnault, Implantable Wearables, 2014). Bir başka Teksas merkezli araştırma ekibi, iletken boya ve bileşenlerden oluşan biyometrik dijital dövme için, belirli vücut süreçlerini takip etmeyi amaçlayan (dövme mürekkebi gibi) cildin hemen altına enjekte edilebilen mikro partiküller geliştirdi (Claudia, 2015)



Şekil 8: Pil, elektrikli boya ve GPS izci ile basit bir biyometrik dövme (URL 9).

Tasarım ve inovasyon firması Seymourpowell yöneticisi Mariel Brown, eğer moda gözüyle tasarlanırsa giyilebilir teknolojinin yol alabileceğini, temel gerçeğin giyilebilir teknolojinin güzel görünmesi ve kişiler tarafından sahip olunmak istenmesi olduğunu ifade etmektedir. Günümüzde büyük teknoloji şirketleri giyilebilir teknolojiye yön veriyor gibi görünmektedirler. Aslında giyilebilir teknolojinin geleceğini şekillendiren, bu konuda çalışmalara başlayan moda endüstrisindeki büyük firmalar ve markalar olacaktırlar (Curtis, 2013).

GÜNÜMÜZÜN VE GELECEĞİN GİYİLEBİLİR TEKNOLOJİLERİ

Günümüzde moda ve teknolojiyi tam anlamıyla bir araya getiren iş birliklerinin sayısı artmakta, moda ve teknoloji beraber ilerlemektedir. Teknoloji daha küçük, daha dayanıklı, daha esnek, daha az maliyetli ve yıkanabilir duruma geldiğinde, moda endüstrisinde daha çok giyilebilir tasarımlar yaratma imkanı olacaktır. Giyilebilir teknoloji sadece mücevher ya da aksesuar olarak taşınabilir değil, tamamen kumaşın içine gömülü veya giysinin bir parçası ya da insan bedeni ile etkileşim kurabilir olarak düşünülmelidir. Örneğin, esnek ekranlar kumaşın bir parçası olarak giyilen giysinin renk değiştirmesine, aynı giysinin farklı mekanlarda (konser, maç, parti, vb.) kullanım olanağı sağlar.

Giyilebilir teknolojilerde büyük yenilikler yaratmak için kullanılan ilgi çekici pek çok yöntem ve malzeme bulunmaktadır: iletken mürekkepler (geri dönüştürülebilir, esnek ve ucuz devreler yapılı), şekil hafızalı alaşımlar (dış etki ile hafızaya kaydedilen hareketi bir motor gücü olmadan tekrarlayabilen malzemeler), termokromik pigmentler(ortam sıcaklığına tepki veren ve renkleri değiştirebilen özel bir boya türü), elektronik/iletken tekstiller(elektriksel özelliklere sahip lif, iplik ve kumaşla oluşturulur, esnektir), ışık yayıcı malzemeler (tüm yüzeye ışık yayma yeteneğine sahip esnek malzemeler) vb. (Weir, 2013).

Intel firması Chromat firması ile işbirliği sonucunda, Adrenaline Dress adını verdiği sezgisel bir giysi tasarımı yapmıştır. Intel Curie Module mimarisinden esinlenilerek hazırlanan giysi, Chromat İlkbahar / Yaz 2016 koleksiyonunda yer almıştır. Giyen kişinin vücut sıcaklığını, adrenalin ve stres düzeyini ölçebilen giysi, teknolojinin moda endüstrisi üzerindeki dönüştürücü gücünü göstermektedir (Olewitz, 2016).



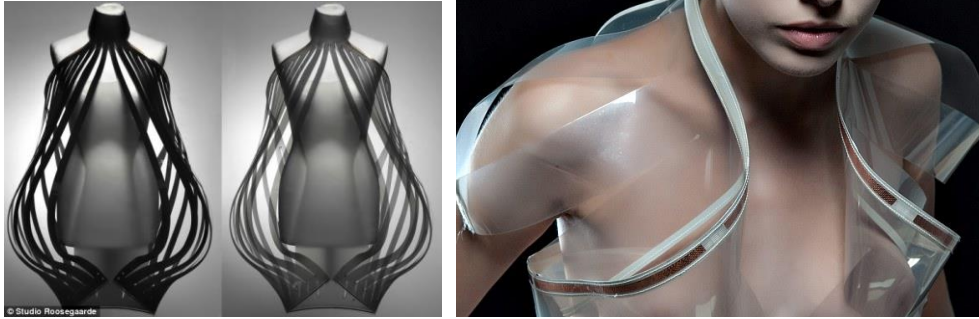
Şekil 9: Adrenaline Dress, 2016 (URL 10)

Philip Treacy 2013 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda hareketli LED “Virtual Reality” şapkası yer almıştır. Modelin başında hareketli ışıklı bir bant dönüyor gibi görünse de, aslında başın üzerine dikkatlice yerleştirilmiş pervane başlık formundadır.



Şekil 10: Philip Treacy, Virtual Reality Şapka, 2013 S/S (URL 11)

Moda endüstrisi, teknolojiyi kullanırken, teknik fonksiyonlardan çok duy(g)ulara hitap eden tasarımları ön plana çıkarmak ister. Örneğin; Danimarka’da Studio Roosegarde, giyen kişinin vücut sıcaklığı ve kalp atış hızına göre opaktransparana dönüşen Intimacy 2.0 ileri teknoloji moda giysisini sergilemiştir (Intimacy, 2010).



Şekil 11: İlk prototip için kullanılan e-foil malzeme ile giysi tamamen transparan olurken, Intimacy 2.0 için göğüs çevresinde ince deri bantların içine e-foil malzeme gömülmüş (URL 12).

Nokia, modaevi Fyodor Golan ile “dünyadaki ilk interaktif etek” için işbirliği yapmış ve etek 35 adet Lumia 1520 akıllı telefon ile hazırlanmıştır. Etek üzerinde FG’nin son koleksiyonundan fotoğraflar ve giyen modelin etrafından alınan görüntüler, mozaik stilinde değişmektedir (Luis, 2014). Etek hareket ettiğinde ekran üzerinde değişen görüntü ve renklerle, gerçek kumaşlarda olduğu gibi senkronize bir parıltı efekti yaratılmaktadır. 2014 Londra Moda Haftası’nda sunulan etek “ teknolojinin giyilebilir ve deneysel bir parçası” olarak tanımlanmıştır (Kyle, 2014).



Şekil 42: Fyodor Golan tasarımı ilk interaktif etek (URL 13)

Diğer taraftan moda ve teknolojiyi birleştiren Decoded Fashion etkinlikleri moda, güzellik ve perakende sektörüne yön veren büyük markalar ile teknoloji şirketlerini küresel olarak bir araya getirmektedir. Moda topluluğunu yeni fikirlere açmak, moda-teknoloji etkileşimlerini ortaya çıkarmak ve yaratıcı ortaklıkları teşvik etmek amaçlanırken; son teknolojinin perakende ve moda sektörlerini nasıl değiştireceği konusu da tahmin edilmeye çalışılmaktadır (Decoded Fashion, 2018).

Danimarka’da hükümet, şirketler ve üniversitelerin işbirliğiyle 2010 yılında başlayan “Pretty Smart Textiles” adı altında gezici bir fuar düzenlenmektedir. E-tekstiller alanında son gelişmelerin sergilendiği, moda sanat ve teknolojinin iç-içe geçtiği bir ortam sunulmaktadır. Uluslararası defile, sergi ve müzelerde görülen bu sıra dışı, inovatif malzemeler, kendi dalında uzman bilim adamları, mühendisler, tasarımcılar hatta sosyologlardan oluşan ekiplerin çalışmalarıyla geliştirilmektedir (Pretty, 2012).

Moda markası Hermes, teknolojiyi nasıl “geleceğin el işçiliği” yapacağı konusunda çalıştığını, örneğin sanal gerçeklik ile yeni malzemeler (transparan deri gibi) üzerinde çalıştıklarını açıklamıştır (Curtis, 2013).

CuteCircuit firmasının Haute Couture tasarımı Eiza Elbise, Twitter tarafından kontrol edilen ve tweet alırken renk değiştiren gece elbisesi modelidir (Borg, 2015).

Yüksek çözünürlüklü esnek ekran ve sensör teknolojisine sahip giyilebilir akıllı giysiler Royole Corporation tarafından 2018 Moskova Dünya Futbol Kupa Finali'nde tanıtılmıştır. Taraftarlara anlık olarak telefonlarından seçtikleri kişisel videoları gösterme imkanı veren şapka ve tişört tasarımlarında yıkama ya da kuru temizleme öncesi çıkarılan AMOLED ekranlar mevcuttur (Brown, 2018).

Luminex firmasının esnek fiber optiklerle dokuduğu kumaşlar önceleri el çantaları ve perdelerde kullanılırken artık giysi tasarımlarında da yer almaktadır. Claire Danes tasarımı Haute Couture elbise, ultra ince fiber optik lifler organza dokumanın içine yerleştirilerek masal prenseslerinin giysi görünümünden bilimkurgu giysilerine benzer bir görünüme dönüştürülmüştür (Nurjuwita, 2017).



Şekil 53: Luminex tasarımları ve Claire Danes tarafından tasarlanmış karanlıkta parlayan elbise (URL 14,15)

“Galaxy” elbise, 24.00 adet renkli pikseli ile dünyanın en büyük giyilebilir görüntü ekranına sahiptir ve Şikago Bilim ve Endüstri Müzesi'nin “Fast Forward: Inventing the Future” sergisinde daimi olarak sergilenmektedir. Hüseyin Çağlayan 2007 ilkbahar/yaz koleksiyonunda, 15.600 adet led ampulün gömülü olduğu kumaştan Led Dress kıyafetini oluşturmuştur (Mower, 2007).



Şekil 6: Galaxy elbise ve Hüseyin Çağlayan Tasarımı LED elbise, 2007/08 FW koleksiyonu (URL 16,17)

Richard Nicoll ilkbahar / yaz 2015 Londra Moda Haftası'nda sunduğu optik elbise yüksek yoğunluktaki LED'lerle çalışan fiber optik kumaştan yapılmıştır. “21. Yüzyılın Tinkerbell” elbisesi olarak adlandırılan ürün giyilebilir teknolojilerin moda kanalıyla kullanıcıya güzel görünebileceğini ve güzel hissettirebileceğini ispatlayan ilk örneklerden olmuştur (Arthur, Wearable Tech, 2014).



Şekil 75: Richard Nicoll'un ilkbahar / yaz 2015 Londra Moda Haftası'nda sunduğu optik elbise (URL 18)

Teknolojinin insan deneyimine entegre olacağını bilen tasarımcı Massimo Osti, 2000 yılında ICD+ koleksiyonu için Philips ve Levi's ile işbirliği yapmıştır. ICD+, ilk ticari giyilebilir elektronik giysilerden biri olarak kabul edilmektedir. Ergonomik ve estetik ICD + (Endüstriyel Giyim Bölümü) ceket; Philips Xenium cep telefonu, Rush MP3 çalar ve kulaklıklar için özel ceplerle donatılmış dört stile sahiptir (Williams).

Tommy Hilfiger markası, 2014 tatil sezonuna özel Güneş Enerjili Ceket tasarlayıp üretmek için Pvilion firması ile ortaklık kurmuştur. Ürün, cep telefonları ve tabletler gibi elektronik cihazlara güç sağlamak için enerji sağlayan suya dayanıklı, hafif, esnek amorf silikon teknolojisiyle üretilmiş çıkarılabilir güneş panellerine sahiptir. Giysinin astarına gizlenen bir kablo, panelleri ceketin ön cebinde çıkarılabilir bir pil takımına bağlar. Kullanıcı USB kabloyla iki adet cep telefonu, tablet veya e-okuyucu cihazı ile rahatça bağlanabilir (Tommy Hilfiger Solar Clothing, 2014).



Şekil 16: Tommy Hilfiger Solar Clothing 2014 yılında satışa sunuldu (URL 19).

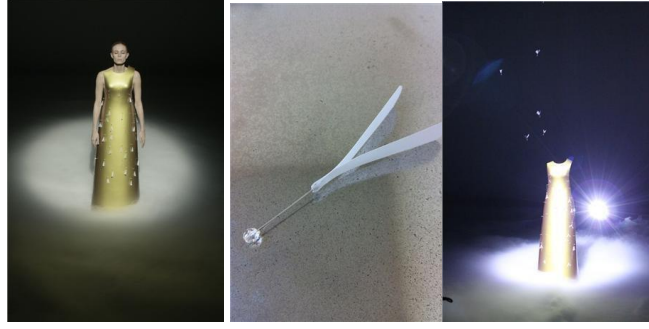
Google ve Levi's işbirliği ile geliştirilen Trucker ceket bisikletçiler için tasarlanmış giyilebilir teknolojinin işlevsel örneklerindedir. Ceketin sol manşetinde kullanılan ve Levi's dokuma atölyelerinde Jakar teknolojisi ile gerçekleştirilen kumaş; devreler gömülü olarak geliştirilmiştir. Giyilebilir Teknoloji tarihi açısından aslında bu örnek çok anlamlı; moda, işlevsellik, nihai tüketici ve toplu üretim düşünülerek ürün geliştirme yapılmıştır. Levi's firmasından Dillinger "Esas yenilik, çamaşır makinesine atabileceğiniz ve sonradan da işlevsel teknolojiye sahip olan giyilebilir ürünler yapmamız" olarak yapılan tasarımın önemini vurgulamaktadır (Arthur, Project Jacquard, 2016).

The Unseen firmasının Selfridges için hazırladığı lüks aksesuar serisi hava basıncı, vücut sıcaklığı, dokunma, rüzgar ve güneş ışığına tepki veren sırt çantası, atkı, telefon kılıfı, vb. ürünleri içermektedir. Örneğin timsah derisi omuz çantası, kışın siyah, baharda kırmızı, yaz aylarında maviye ve sonbaharda yeşilin tonlarına dönüşen çevreye duyarlı mürekkep ile işlem görmüştür (Archive, 2015).



Şekil 17: Unseen renk değiştiren mürekkep kullanılan tasarımlar (URL 20)

Hüseyin Çağlayan'ın, "Swarovski Floating Dress" tasarımında kullandığı Swarovski kristalleri, defile sonunda giysiden ayrılarak kendiliğinden havada süzülmekte ve renkli ışıklar yaymaktadır (URL 21).



Şekil 88: Hüseyin Çağlayan tasarımı "Swarovski Floating Dress", F/W 2011-12 (URL 21)

Karmaşık duyuşsal teknolojiyi kullanan Ying Gao, fotolüminesan iplik ve gömme göz izleme teknolojisinden yararlanarak yüksek teknoloji ürünü giyilebilir teknoloji tasarımları ortaya çıkarmıştır. Haute Couture tasarımlar, göz izleme teknolojisi ile çevredeki kişilerin bakışlarını yakalayıp harekete geçen ve hareket ederek şekil değiştiren, aynı zamanda karanlıkta parlayan giysiler olarak Haute-Tech Fashion ürünleri arasında yer alır (Interactive Projects, 2018).



Şekil 19: Ying Gao, karanlıkta parlayan ve hareket ederek şekil değiştiren tasarımları (URL 22)

Iris Van Herpen, Artistic Exploration ödüllü giyilebilir teknolojik sanat eserleri yaratma yeteneği ile ünlü bir tasarımcı. "Magnetic Motion" koleksiyonunda mıknatısları kullanarak labirente benzeyen yapıları enjeksiyon kalıplama ve lazer kesim, 3D baskı, karmaşık mimari işlemler gibi tekniklerle bir araya getirmiştir. Giysiler üzerinde yarattığı dinamik hareketler ve vücudun hareketini yansıtan yüzeyler hazırlamıştır (Magnetic Motion, 2018).



Şekil 20: Iris Van Herpen tasarımları, "Magnetic Motion", F/W 2015 (URL 23,24)

Giyilebilir Teknoloji örnekleri malzeme tasarımından itibaren başlıyor. Örneğin; örümcek ipeğinin (Kevlar'dan daha güçlü ve dayanıklı, en az Lycra kadar esnek) özelliklerini taklit eden biyomühendisler bakterilerden ürettikleri malzeme ile zorlu kutup koşullarına yönelik bir ceket geliştirdiler. Hafif, çevreye dost, çelikten 4 kat sağlam ve naylondan daha esnek olan seri olarak üretilen sentetik örümcek ipeği, tüketici ürünlerinde devrim yapma potansiyeline sahiptir. Sentetik örümcek ipek kumaşını üreten Japon şirketi Spiber Pazarlama Bölümü ürünü şu şekilde tanımlıyor (Seppanen, 2018): "Doğal veya başka bir şekilde bilinen en sağlam malzeme. Dayanıklılık, hem mukavemet hem de uzayabilirliğin birleşimidir, yani kırılmadan önce inanılmaz bir miktarda enerji emebilir."

Tasarımcı Nikolas Bentel'in hazırladığı Aerochromics kıyafeti, hava kirliliğini desen olarak giysi üzerinde göstermektedir. Havadaki karbonmonoksit, parçacık ve radyasyon oranlarını basit biçimde ölçen dedektörler, mürekkeple etkileşime geçerek kıyafetlerin üzerindeki desenlerin oluşmasını sağlamakta ve oluşan desenler tekrar eski haline dönmemektedir (Üğüden, 2016).

Giyilebilir teknolojilerin moda endüstrisine yön verecek tasarımlarından biri; Loomia firmasının geliştirdiği devre kartı gibi çalışan naylon benzeri bir malzemedir. Dökümlü ya da gergin olarak kullanılabilen, dışarıya ısıveren, gece kullanıcının yollarını aydınlatan ya da kış aylarında kıyafetleri ısıtan bu malzeme; moda şirketleri için de değerli veriler toplayabilme özelliğine sahip (Kastner, 2018). Kullanıcıların, çevrelerindeki iklim ve etkinlik düzeylerini de içeren (aşınma, konum, aktivite seviyesi, sıcaklık, vb.) verileri; ürünlerini ve tasarım süreçlerini iyileştirmek için geri bildirim olarak kullanabilen moda markalarına ve perakendecilere satabileceği öngörülmektedir (Hartmans, 2017).



Şekil 21: Loomia bağlanmış kumaş örneği (URL 25,26)

Günümüzün teknoloji şirketleri tekstil ve moda endüstrisine yakınlaşmak; moda ve lüks markalarından hızlı öğrenmek, insan sermayelerinin alandaki bilgi ve deneyimlerinden yararlanmak istemektedirler. Örneğin, Apple 2011 yılından beri Burberry, YSL ve Tag Heuer firmalarından lüks ve moda uzmanlarını işe almaktadır (Arnault, Fashion Technology Predictions , 2015).

Diğer yandan teknik inovasyonda küresel liderlerden biri olan Intel firması da, giyilebilir teknoloji pazarında yer almak istemektedir. Yeni teknolojileri ve Fossil, New Balance, TagHeuer ile kurduğu moda ortaklıkları sayesinde Intel, fashiontech sıralamasında üst sıralara yerleşti. Firma, herhangi bir moda markası ve tasarımcısı için teknolojinin en bilgili, güvenilir ve güçlü ortaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Tarihsel olarak daha önce hiç "silikon" kullanmayan lüks moda markalarının ve şirketlerinin, yaratacakları teknoloji ürünleri ile düğmeleri, yüzükleri, bilezikleri, çantaları yeniden icat etmesi mümkün olabilir (Arnault, Intel Fashion Innovation, 2016).

Giyilebilir akıllı tekstillerin tüketiciye ulaşmasıyla neredeyse bir hak gibi olacağı, insanların her zaman ve her yerde bu ürünleri isteyeceği de beklenmektedir (Arthur, Project Jacquard, 2016).

SONUÇ

Endüstri 4.0 çağında yaşanan dijital devrim, sanal ve somut dünyaları bir araya getirme çabasıdır. İnsan bedeni ile bütünleşen giysi tasarımları, giyilebilir teknolojiler yardımıyla geniş kitleler için günlük hayatın sanal ya da somut ihtiyaçlarını karşılayabilecek duruma gelecek ve tüketiciler için tercih sebebi olabilecektir.

Birçok ürün ve hizmet çözüm sunarken teknolojik olarak karmaşa da içermektedir. Günümüz insanı bu kadar fazla karmaşa ile mücadele etmeye henüz hazır değil. Akıllı tasarımların özellikle bedenle bütünleşebilen ya da beden parçası gibi konumlanabilen giysi tasarımları, insanların teknoloji ve diğer karmaşık sistemlerle olan etkileşimlerinde önemli unsurlardan olacağı öngörülmektedir.

Geçen zaman süresince giyilebilir teknoloji ve tasarıma dayanan uygulamalar daha fazla giyilebilir duruma gelmiş olsa da; henüz kitlelerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamamaktadır. Örneğin; yıkama ya da kuru temizleme işlemlerinin teknoloji içeren giysi tasarımlarında nasıl yapılacağı, giysi fonksiyonlarının ihtiyaç duyduğu enerjinin sağlanacağı kaynağın hangi boyutta, hangi güçte olacağı ya da tasarıma nasıl monte edileceği gibi zorluklar üzerinde çalışmalar devam etmektedir.

Hazır giyim tarihindeki gelişmeler ve yeni aksesuarlar (fermuar, düğme, çıt çıt, vb.) giysilere yeni işlevler eklemiştir. Bu noktada; giyilebilir yeni teknolojilerin, geleceğin hazır giyim ve moda ürünlerinin

oluşturulmasında yeni bir bileşen haline gelmesi öngörülmektedir. Çoğulcu tüketici kitlesine ulaşan giyilebilir akıllı tekstiller, belki de yakın bir gelecekte insanların her zaman ve her yerde isteyeceği ürünler kategorisinde yer alacaktır.

Tüm sektörlerde artan rekabet baskısı değerlendirildiğinde; tekstil ve moda endüstrilerinin pazarlama-satış hedeflerine ulaşmak için kişilerle etkileşim ve iletişim halinde olan giyilebilir teknoloji tasarımları anahtar ürünler olarak yer alacaktır. Ucuz, taşınabilir, ulaşılabilir, kıyafete uygulanabilir, dayanıklı ve küçük boyutlardaki teknoloji ürünleri giyilebilir teknoloji tasarımlarında çeşitlilik yaratacaktır. İnsan bedeni ile bütünleşen giysi formundaki giyilebilir teknoloji tasarımlarının, hem öznel kişiselleştirme uygulamalarına hem de kişisel verilerin büyük veri olarak toplanmasına hizmet edeceği beklenmektedir.

Özellikle Endüstri 4.0 çağı kültürü ile yetişen Z kuşağı için, önümüzdeki yıllarda giyilebilir teknoloji tasarımlarının iş yaşamının bir parçası hatta işyerinde kullanımının talep edilerek hak olarak görüleceği öngörülmektedir.

Belki de yakın bir gelecekte disiplinler arası çalışan teknologlar ve tasarımcılar; Haute –tech ya da “giyilebilir teknoloji tasarımları modasını” birlikte yaratacaklar.

KAYNAKÇA

Archive. (2015). *Theunseen*. 10 Eylül 2018 tarihinde <http://seetheunseen.co.uk/archive/> adresinden alındı.

Arnault, L. (2014). Implantable wearables. *Wt Vox*. 10 Eylül 2018 tarihinde <https://wtvox.com/cyborgs-and-implantables/implantable-wearables/> adresinden alındı.

Arnault, L. (2015, November 17). Fashion technology predictions 2016 – 2020. *Wt Vox*. 15 Eylül 2018 tarihinde <https://wtvox.com/fashion-tech/fashion-technology-predictions-2020/> adresinden alındı.

Arnault, L. (2016, August 07). Intel fashion innovation. *Wt Vox*. 17 Eylül 2018 tarihinde <https://wtvox.com/fashion-tech/intel-fashion-innovation/> adresinden alındı.

Arthur, R. (2014, September 15). Wearable tech. *Forbes*. 16 Ocak 2018 tarihinde <https://www.forbes.com/sites/rachelarthur/2014/09/15/is-this-the-first-example-of-truly-beautiful-wearable-tech/#51b440fe0cdd> adresinden alındı.

Arthur, R. (2016, May 20). Project jacquard. *Forbes*. 25 Ağustos 2018 tarihinde <https://www.forbes.com/sites/rachelarthur/2016/05/20/exclusive-levis-and-googles-project-jacquard-launch-wearable-tech-jacket-for-urban-cyclists/#2afb96a150c7> adresinden alındı.

Bedük, S. ve Yıldız, Ş. (2004). Giysi tasarımında drapaj. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (11)*: 169-177. <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/727/679> adresinden alındı.

Borg, R. (2015, August 8). The biggest thing in wearable tech! *Urban Wearables*. <https://urbanwearables.technology/the-biggest-thing-in-wearable-tech/> adresinden alındı.

Brown, P. (2018, July 18). *New smart clothing comes equipped with a flexible display and sensors*. 17 Eylül 2018 tarihinde <https://electronics360.globalspec.com/article/12325/new-smart-clothing-comes-equipped-with-a-flexible-display-and-sensors> adresinden alındı.

Claudia, R. (2015, November 24). Biometric tattoos, from wearables to digital health. *Wt Vox*. 17 Eylül 2018 tarihinde <https://wtvox.com/cyborgs-and-implantables/biometric-tattoos/> adresinden alındı.

Curtis, S. (2013, October 12). Wearable devices: where fashion and technology collide. *The Telegraph*. 18 Mart 2015 tarihinde <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/10382795/Wearable-devices-where-fashion-and-technology-collide.html> adresinden alındı.

- Decoded Fashion. (2018). *Crunchbase*. <https://www.crunchbase.com/organization/decoded-fashion#section-overview> adresinden alındı.
- Ferah, B. (2014, May 22). 1975'ten 2014'e giyilebilir teknolojinin kısa tarihi. *Webrazzi*. <https://webrazzi.com/2014/05/22/1975ten-2014e-giyilebilir-teknolojinin-kisa-tarihi/#jp-carousel-114198>, adresinden alındı.
- Guler, D., Madeleine, G., ve Sicchio, K. (2016). *Crafting wearables: Blending technology with fashion*. New York: Apress. doi:10.1007/978-1-4842-1808-2
- Hartmans, A. (2017, September 7). Loomia is a Brooklyn-based startup that wants your clothes to be smarter — and it's using the blockchain to do it. *Business Insider*. 13 Eylül 2018 tarihinde <https://www.businessinsider.com/loomia-startup-electric-fabric-ethereum-token-sale-2017-9> adresinden alındı.
- Haute Tech. (2009, April 10). *Newsweek*. Eylül 17, 2018 tarihinde <https://www.newsweek.com/haute-tech-marries-fashion-and-technology-77425> adresinden alındı.
- Hearing Solutions. (2016, August 23). *The history and evolution of the hearing aid*. 10 Eylül 2018 tarihinde www.hearingsolutions.ca/blog/history-and-evolution-hearing-aid adresinden alındı.
- Interactive Projects. (2018, Eylül 10). *Ying Gao*. <http://yinggao.ca/interactifs/nowhere-nowhere/> adresinden alındı.
- Intimacy. (2010). *Studiosroosegaarde*. 18 Nisan 2016 tarihinde <https://studiosroosegaarde.net/project/intimacy> adresinden alındı.
- Kastner, A. (2018, July 05). Fashion's future fabrics: Brands tap sustainability and tech. *Decoded Future*. 12 Eylül 2018 tarihinde <http://blog.decodedfashion.com/stories/the-start-up-stories-that-are-well-worth-listening-to-0-0-0> adresinden alındı.
- Kyle. (2014, February 14). Nokia employs designers to make a dress out of 35 Lumia phablets. *Gsm Arena*. 22 Mayıs 2018 tarihinde <http://blog.gsmarena.com/nokia-employs-designers-to-make-a-dress-out-of-35-lumia-1520-phablets/> adresinden alındı.
- Luis, D. (2014, February 14). Fashion model wears skirt made of Lumia 1520 phones, doesn't complain about app gap. *Phone Area*. 22 Eylül 2018 tarihinde https://www.phonearena.com/news/Fashion-model-wears-skirt-made-of-Lumia-1520-phones-doesnt-complain-about-app-gap_id52630 adresinden alındı.
- Microsoft HoloLens. (Tarih yok). *Microsoft*. 12 Eylül 2018 tarihinde <https://www.microsoft.com/en-us/hololens> adresinden alındı.
- Mower, S. (2007, February 28). Chalayan. *Vogue*. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2007-ready-to-wear/chalayan> adresinden alındı.
- Nurjuwita, D. (2017, February 09). Haute tech couture: When fashion and technology merge. *Life Style Asia*. <https://www.lifestyleasia.com/gear/tech/haute-tech-couture-amalgamation-fashion-technology/> adresinden alındı.
- Olewitz, C. (2016, January 13). Intel's morphing Adrenaline Dress will transform when it detects elevated stress levels. *Digital Trends*. 15 Mayıs 2016 tarihinde <https://www.digitaltrends.com/cool-tech/intel-adrenaline-dress-morphs-based-on-stress/#/1> adresinden alındı.

- Pretty. (2012). *Pretty Smart Textiles*. <http://prettysmarttextiles.com/home/> adresinden alındı.
- Ranere, J. (Tarih yok). Marketing to customer needs and what cicaret can learn from salesforce. *Thrv*. 27 Temmuz 2018 tarihinde <https://blog.thrv.com/blog/marketing-to-customer-needs-and-what-cicaret-can-learn-from-salesforce> adresinden alındı.
- Seppanen, J. (2018, December 02). Spider silk fabric is badass, and here's the ski jacket to prove it. the *Manual*. <https://www.themanual.com/outdoors/spider-silk-ski-jacket-goldwin-spiber/> adresinden alındı.
- The Great Catopticon. (2010, October 17). *Catopticon*. <http://www-poleia.lip6.fr/~ganascia/Catopticon#Jennicam> adresinden alındı.
- The History Of Wearables. (2018, May 12). *Tech Will Save Us*. 10 Eylül 2018 tarihinde <https://www.techwillsaveus.com/blog/the-history-of-wearables/> adresinden alındı.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü dalga*. (S. Yeniçeri, Çev.) İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Tommy Hilfiger Solar Clothing. (2014). <http://www.pvilion.com/solar-clothing/> adresinden alındı.
- Üğüden, D. (2016, Ağustos 5). Hava kirliliğine göre değişen kıyafetlerden oluşan etkileyici çalışma: Aerochromics. *ListeList*. <https://listelist.com/aerochromics/> adresinden alındı.
- Weir, J. (2013, August 23). Five materials that are making technology wearable. *Crunchwear*. Eylül 12, 2018 tarihinde <https://crunchwear.com/five-materials-that-are-making-technology-wearable/> adresinden alındı.
- Williams, R. (Tarih yok). How Massimo Osti re-engineered menswear. *Sense*. <https://www.ssense.com/en-us/editorial/fashion/how-massimo-osti-re-engineered-menswear> adresinden alındı.

GÖRSEL KAYNAKÇA

- URL 1: <https://www.pinterest.ca/pin/569072102891128419/> (Erişim Tarihi: 25 Mart 2018)
- URL 2: <https://www.pinterest.ca/pin/340232946830460871/> (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)
- URL 3: <http://www.horlogerie-ancienne-collections.com/montres-et-horloges-de-table-du-xvi-eme-siecle/peter-henlein-1510/> (Erişim Tarihi: 15 Mart 2018)
- URL 4: <https://www.yourwatchhub.com/watches/oldest-watch-in-the-world/> (Erişim Tarihi: 05 Mart 2018)
- URL 5: <http://www.horlogerie-ancienne-collections.com/montres-et-horloges-de-table-du-xvi-eme-siecle/peter-henlein-1510/> (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)
- URL 6: <http://www-poleia.lip6.fr/~ganascia/Catopticon#Jennicam> (Erişim Tarihi: 25 Eylül 2015)
- URL 7: <https://www.thrv.com/marketing-to-customer-needs-and-what-cicaret-can-learn-from-salesforce/> (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)
- URL 8: <https://wtvox.com/cyborgs-and-implantables/implantable-wearables/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 9: <https://wtvox.com/cyborgs-and-implantables/biometric-tattoos/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)

- URL 10: <https://www.digitaltrends.com/cool-tech/intel-adrenaline-dress-morphs-based-on-stress/> (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)
- URL 11: <http://thesuperslice.com/2012/10/03/virtual-reality-led-high-fashion-moritz-waldemeyer-for-philip-treacy/> (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)
- URL 12: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2598969/Taking-flirting-new-level-Dress-turns-transparent-detects-youre-turned-on.html> (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2016)
- URL 13: <http://blog.gsmarena.com/nokia-employs-designers-to-make-a-dress-out-of-35-lumia-1520-phablets/> (Erişim Tarihi: 10 Eylül 2018)
- URL 14: <https://weddingexperience.wordpress.com/2012/01/18/gallery-of-luminight-decoration-line/luminex-aloha-bag/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 15: <http://www.lifestyleasia.com/494001/haute-tech-couture-amalgamation-fashion-technology/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 16: <http://cutecircuit.com/media/galaxy-dress/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 17: <https://www.pinterest.co.uk/pin/92675704813107515/> (Erişim Tarihi: 20 Eylül 2018)
- URL 18: <http://www.fialondon.com/project/richard-nicoll-disney/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 19: <http://www.pvilion.com/solar-clothing/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 20: <http://seetheunseen.co.uk/collection-archive/articles/> (Erişim Tarihi: 18 Eylül 2018)
- URL 21: <https://www.facebook.com/Modazon/photos/a.10150121219873166/10150121219978166/?type=3&theater> (Erişim Tarihi: 20 Eylül 2018)
- URL 22: <http://dzinetrip.com/motion-activated-clothing-by-fashion-designer-ying-gao/> (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2018)
- URL 23: <https://starts-prize.aec.at/en/magnetic-motion/> (Erişim Tarihi: 12 Eylül 2018)
- URL24: <https://www.irisvanherpen.com/womenswear/magnetic-motion> (Erişim Tarihi: 12 Mart 2018)
- URL25: <https://www.lsnglobal.com/fashion/article/22379/how-data-driven-fabric-will-power-the-fashion-industry> (Erişim Tarihi: 15 Mart 2018)
- URL26: <https://www.wearable-technologies.com/2018/06/these-smart-clothes-sell-your-data-and-make-you-earn-money/> (Erişim Tarihi: 15 Mart 2018)

Ön Lisans, Lisans ve Lisansüstü Düzeyinde İş Sağlığı ve Güvenliği Programlarının Analizi (Türkiye 7 Bölge Örneği)

Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Ulutaşdemir^{1*}

Öğr. Gör. Hasan Tuna²

Geliş tarihi: 30.12.2018

Kabul tarihi: 16.01.2019

Atf bilgisi:

Uluslararası Bilimsel

Araştırmalar Dergisi (IBAD)

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 66-80 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 11%

¹Avrasya Üniversitesi, Türkiye,

nulutasdemir@yahoo.com

ORCID ID: 0000-0002-2231-5236

²Gümüşhane Üniversitesi, Türkiye,

hasan_tuna06@hotmail.com

ORCID ID: 0000-0003-3194-7216

* Sorumlu yazar

ÖZ

Bu araştırmada, Türkiye'deki bazı üniversitelerde son yıllarda açılmaya başlanan İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora program sayıları analiz edilerek bu programların mevcut durumu incelenmiştir. Çalışma retrospektif tipte, tanımlayıcı bir kayıt taramasıdır. Araştırmanın evrenini ülkemizdeki 112 devlet, 73 özel olmak üzere toplam 185 üniversite; örneklemini ise İSG programı ve/veya bölümü bulunduran tüm yükseköğretim kurumları oluşturmaktadır. 01 Ocak 2017-01 Ocak 2018 tarihleri arasında ÖSYM yerleştirme kılavuzu, Bilgi Yönetim Sistemi ve Bologna Bilgi Sisteminden alınan verilerle; Türkiye'nin 7 bölgesinde yer alan kamu ve özel üniversitelerin ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarının sayıları, kayıtlı ve mezun öğrenci sayıları, öğretim elemanı sayıları doküman tarama modeli kullanılarak elektronik ortamda tespit edilmiş ve önceki çalışmalarla karşılaştırılarak sunulmuştur. Türkiye'de ön lisans düzeyinde 79, lisans düzeyinde 7 ve lisansüstü düzeyinde ise 62 üniversitede İSG programı bulunduğu tespit edilmiştir. Ön lisans programlarında öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısı 2013-2014 öğretim yılında 91 iken, bu oran 2016-2017 öğretim yılında 201'e yükselmiştir. Türkiye'de öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısı OECD ülkeleriyle karşılaştırıldığında önemli bir öğretim elemanı açığı olduğu görülmektedir. Bu yüzden öğretim elemanı ihtiyacının ivedi ve planlı bir şekilde karşılanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: İş sağlığı ve güvenliği, ön lisans, lisansüstü, tezli, tezsiz

Analysis of Occupational Health and Safety Programs in Associate, Undergraduate and Graduate Degree (The Sample of Turkey's Seven Regions)

Asst. Prof. Dr. Nilgün Ulutaşdemir^{1*}

Lecturer Hasan Tuna²

First received: 30.12.2018

Accepted: 16.01.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 66-80 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *Turnitin*.
Similarity Index 11%

¹Avrasya University, Turkey,

nulutasdemir@yahoo.com

ORCID ID: 0000-0002-2231-5236

²Gümüşhane University, Turkey,

hasan_tuna06@hotmail.com

ORCID ID: 0000-0003-3194-7216

* Corresponding Author

ABSTRACT

In this study surveying retrospective and descriptive record, the number and qualifications of occupational health and safety (OHS) degree of associate, undergraduate, graduate and doctoral programs in Turkey some universities opened in recent years were analyzed. Also, the current situation of these programs was investigated. The study universe consists of a total of 185 universities including 112 state and 73 private universities in Turkey. The sample is composed of all the higher education institutions providing OHS education and / or including such a department. From January 1st, 2017 to January 1st 2018, the information obtained from the Student Selection and Placement Center Placement Guide, the Information Management System and the Bologna Information System and the number of OHS associate degree, undergraduate, graduate and doctoral programs in our country's universities, students currently attending these departments and those who graduated and lecturers from the state and private universities located in 7 regions of Turkey have been detected electronically using a screening model and presented by comparing them with previous studies. It was revealed that there are 79 associate degree, 7 undergraduate and 62 graduate OHS programs in the universities in Turkey. While the number of students per academic person in associate degree programs was 91 in 2013-2014 academic year, this figure increased to 201 in 2016-2017 academic year. Compared with the number of students per academic person in the OECD countries, Turkey appears to be a significant lack of academic person. Consequently, it is important to ensure the need for academic person in an urgent and planned manner.

Keywords: Occupational health and safety, associate, graduate, thesis, non-thesis

INTRODUCTION

In recent years, the importance of occupational health and safety (OHS) has been increasingly recognized in Turkey. The OHS has had its roots in Dilaver Pasha's Regulation and since then a number of labor laws have been enacted. Law No. 6331, which is the first comprehensive legislation to protect the concept of OHS in Turkey, was put into force in 2012. In recent years, despite the advances in the field of OHS laws and regulations issued by Turkish government, our country has been ranked as the first one in terms of occupational accidents among European countries, and the third in the World.

In our country, around 74000 occupational accidents occur every year, resulting in, 1152 deaths and 1888 people being disabled for life. The annual cost of occupational accidents to our country is around 40 Billion Turkish liras (Ceylan, 2012).

The biggest problem found by the labor safety inspectors from the Ministry of Labor and Social Security in the workplace controls was the lack of education among the employers and the employees with a rate of as high as 82.9%. However, according to the study done by the World Labor Organization, 98% of the occupational accidents, which could be prevented by OHS trainings, result from human error people (Yıldırım, 2010). Given that the most important factor leading to occupational accidents is unsafe behaviors of the employees (Domino Theory: 88% of accidents are unsafe actions), OHS education has a very important role in avoiding these accidents.

In order to prevent occupational accidents and diseases in our country, it is very important to develop and build an awareness of OHS culture throughout the country. The role of education in the formation of OHS culture in our country and in raising awareness about preventive measures is invaluable. The introduction of OHS trainings into formal education curriculum beginning from primary and secondary education to higher levels and the provision of basic OHS training by a qualified occupational safety specialist can play an important role in creating OHS culture.

According to Law No. 6331, employers have to reckon the hazard classes of their workplaces and employ an occupational safety specialist with Class A in dangerous workplaces, Class B in dangerous workplaces and Class C certificates in less dangerous workplaces (Law on Occupational Health and Safety, 2012: item 8). As a result of the enactment of Law No. 6331 and performing more frequent audits, the demand for qualified OHS specialists is rapidly increasing. It is necessary to attach more importance to the OHS programs that educate the technicians and occupational safety specialists in order to create the OHS consciousness in the short term and reduce the occupational accidents in the professional working life as much as possible.

At present, OHS courses are offered in associate, undergraduate, graduate, and doctoral programs of the universities. There are two main objectives of higher education institutions in the field of OHS training, one of which is to educate and employ qualified people to meet the need for specialization in this field by opening associate degree, undergraduate and postgraduate OHS programs. The other is to train qualified academic person by opening graduate programs. The graduates of OHS associate degree programs are entitled as "OHS technicians". If OHS associate degree graduates succeed in the examination made by Student Selection and Placement Center (SSPC) after completing 220 hours of necessary training, they will have the right to become class C OHS specialists. However, if the undergraduate students succeed in the exam without completing this training, they will have the right to become class C OHS specialists. Those who completed OHS graduate and non-thesis graduate programs gain the right to apply directly to the class B Occupational Safety Proficiency Examination without receiving any training. Those who completed the OHS PhD program are directly classified as class safety specialists.

The purpose of this study is to investigate the number of students, academic person and graduates in the OHS programs (including degree of associate, undergraduate, and graduate) in the universities in Turkey between 2013-2017 as well as to examine regional differences.

METHOD

In this study surveying retrospective and descriptive record, the number and qualifications of OHS associate degree, undergraduate, graduate and doctoral programs in Turkey universities opened in recent years were analyzed and the current situation of these programs was investigated. The study universe consists of a total of 185 universities including 112 state and 73 private universities in Turkey. The sample is composed of all the higher education institutions providing OHS education and / or including such a department.

From January 1st, 2017 to January 1st 2018, the information obtained from the SSPC Placement Guide, the Information Management System and the Bologna Information System and the number of OHS associate degree, undergraduate, graduate and doctoral programs in our country's universities, students currently attending these departments and those who graduated and lecturers from the state and private universities located in 7 regions of Turkey have been detected electronically using a screening model and presented by comparing them with previous studies.

RESULT AND DISCUSSION

OHS education was provided in degree of associate, undergraduate, graduate and doctoral programs in the universities in Turkey. As the number of current student's graduates, academic person, students per academic person and the regional differences between the regions were not found in the literature, this study deals with this subject in a multidimensional manner. Ceylan (2012) revealed numerical information about the OHS programs in Vocational High Schools in his study. Kalkan and Deniz (2015) provided information on the web sites of the universities, revealing the current status of the OHS graduate programs. Sivrikaya (2016) revealed the current situation of OHS education in higher education institutions as obtained from the 2015 SSPC placement guide and the web sites of the universities.

It was found that there were 139 associate degree OHS programs in 79 universities of the 139 programs (normal, evening, open and distance education), 10 undergraduate programs in 7 universities (normal and evening), and 36 thesis master's degree, 57 non-thesis and 10 doctoral programs in 62 universities (see Table 1).

Table 1: The quantitative distribution of the data on OHS programs in Turkey across regions

REGIONS	Associate Degree	Undergraduate	Master's	Master's Degree	Doctoral
			Degree Thesis	Non-Thesis	
Marmara	55	3	17	25	5
Central Anatolia	17	0	6	9	1
Aegean	14	1	5	8	2
Black Sea	27	4	3	4	1
Mediterranean	12	0	3	5	1
Eastern Anatolia	11	2	1	3	0
Southeastern Anatolia	3	0	1	3	0
TOTAL	139	10	36	57	10

Given the seven regions of Turkey, it was seen that there are 55 associate degree OHS programs in the Marmara, 17 in the Central Anatolia, 14 in the Aegean, 27 in the Black Sea, 12 in the Mediterranean region, 11 in the Eastern Anatolia and 3 (normal, evening, open and distance education) in the Southeastern Anatolia regions respectively. While there were 3 undergraduate programs in the Marmara, 1 in the Aegean, 4 in the Black Sea and 2 in the Eastern Anatolia regions (normal and secondary education) at respectively, there was no OHS undergraduate program in the Mediterranean and Southeastern Anatolia regions. Considering the information about master's degree thesis and non-thesis programs, it was seen that there were 17 thesis and 25 non-thesis programs in Marmara, 6 thesis and 9

non-thesis in the Central Anatolia, 5 thesis and 8 non-thesis in the Aegean, 3 thesis and 4 non-thesis in the Black Sea, 3 thesis and 5 non-thesis in the Mediterranean, 1 thesis and 3 non-thesis in the Southeastern Anatolia and 1 thesis and 3 non-thesis programs in the Eastern Anatolia regions respectively. There were no doctoral programs in the Eastern Anatolia and Southeastern Anatolia regions (see Table 1), although there was only one OHS doctoral program in Marmara, 5 in Central Anatolia, 2 in Aegean, 1 in Mediterranean and 1 in Black sea regions.

The current situation of OHS associate degree education

The most common form of OHS education in our country is offered at associate degree level Vocational High Schools (VHS) and Vocational Schools of Health Services (VSHS). The graduates of these schools are entitled as "Occupational Health and Safety Technician". According to Article 3rd of the Law No. 6331, the graduates of Occupational Health and Safety Associate degree programs can become occupational safety specialists in the field (Law on Occupational Health and Safety, 2012: item 3). OHS associate degree graduates are allowed to work in public institutions and universities after having received 90 hours distance learning, 90 hours face-to-face and 40 hours of practical training, a total of 220 hours of training and start their careers as a class C OHS specialist when they are successful in the exam held by SSPC (Regulation on the Duties, 2012).

The first associate degree program to offer OHS training was opened in 1996 Ceylan (2012). Although there were two OHS programs in vocational high schools until 2005, there has been a dramatic increase in the number of these programs since then Arıkan and Sarı (2017) the number of OHS programs opened in the VHS and VSHS of state universities and private universities is increasing day by day. The change of associate degree OHS programs over years was presented in Table 2.

Table 2: The quantitative change of associate degree OHS programs over years

Year	Normal Program	Evening Program	Distance Program	Open Program
2012	25	10	1	0
2015	56	28	9	1
2018	90	40	8	1

While there was a total of 15 universities offering OHS training at associate degree level in 2011, this number increased to 25 in 2012. It has been determined that OHS training is offered in 36 different programs (normal, second, distance) in 25 universities in 2012 (Ceylan, 2012) while OHS training was provided in 52 universities in 94 different programs (normal, evening, distance and open) in 2015 (Sivrikaya, 2016). In 2018, 79 universities offer OHS training in 139 different programs (normal, evening, distance and open) (see Table 2). The list of programs that provide OHS training at associate degree level in universities was presented in Table 3.

Table 3: The associate degree OHS programs in 2017-2018 Academic Year*

University	Vocational High School	Type of Training
Ataşehir Adıgüzel University	Ataşehir Adıgüzel VHS	N
Beykent University	VHS	N, E
Beykoz University	Beykoz Logistics VHS	N
Bilecik Şeyh Edebali University	Osmaneli VHS	N, E
Biruni University	VHS	N
Doğuş University	Doğuş VHS	N
Gedik University	Gedik VHS	N, E
Işık University	Health Services VHS	N, E

İstanbul Arel University	İstanbul Arel VHS	N, E
İstanbul Aydın University	Anadolu Bilim VHS	N, E, D
İstanbul Bilgi University	Health Services VHS	N, E
İstanbul Esenyurt University	Vocational High School	N
İstanbul Gelişim University	İstanbul Gelişim VHS	N, E
İstanbul Kavram University	İstanbul Kavram VHS	N, E
İstanbul Kemerburgaz University	VHS	N
İstanbul Medipol University	Health Services VHS	N
İstanbul Şehir University	VHS	N
İstanbul University	Distance learning	D
Kırıkkale University	Vize VHS	N, E
	Lüleburgaz VHS	N, E
Kocaeli University	Hereke Ömer İsmet Uzunyol VHS	N
	İzmit VHS	N, E
Maltepe University	VHS	N
Marmara University	Technical Sciences VHS	N, E, D
Nişantaşı University	Nişantaşı VHS	N, E
Namık Kemal University	Çerkezköy VHS	N
Okan University	VHS	N, D
Plato University	Plato VHS	N, E
Sağlık Hizmetleri University	Health Services VHS	N
Sakarya University	Adapazarı VHS	D
Uludağ University	Technical Sciences VHS	N, E, KKTC
International Cyprus University	Health Services VHS	N
Üsküdar University	Health Services VHS	N, E
Near East University	Health Services VHS	N
Aksaray University	Aksaray Social Sciences VHS	N
Başkent University	Health Services VHS	N
Cumhuriyet University	İmranlı VHS	N
	Sivas VHS	N
Çankırı Karatekin University	Yapraklı VHS	N, E
Erciyes University	Mustafa Çıkrıkçıoğlu VHS	N, E
Karamanoğlu Mehmetbey University	Technical Sciences VHS	N, E
Kırıkkale University	Hacılar Hüseyin Aytemiz VHS	N, E, D
Niğde Ömer Halisdemir University	Niğde Technical Sciences VHS	N, E
Selçuk University	Huğlu Vocational High School,	N
	Taşkent VHS	N
Balıkesir University	Dursunbey VHS	N
Celal Bayar University	Soma VHS	N, E, D
Dokuz Eylül University	Bergama VHS	N
Dumlupınar University	Gediz VHS	N, E
	Pazarlar VHS	N, E
İzmir Economy University	İzmir Economy VHS	N
Pamukkale University	Honaz VHS	N, E

	Tavas VHS	N, E
Çağ University	Çağ VHS	N
Çukurova University	Karaisalı VHS	N
Kahramanmaraş Sütçü İmam University	Afşin VHS	N
Kilis 7 Aralık University	Kilis 7 Aralık VHS	N
M Akif Ersoy University	Çavdır VHS	N, E
Mersin University	Mersin VHS	N
Süleyman Demirel University	Sütçüler Prof.Dr. Hasan Gürbüz VHS	N, E
	Technical Sciences VHS	N, E
Toros University	Toros VHS	N
Atatürk University	Erzurum VHS	N, E, O
Bingöl University	Bingöl Social Science VHS	N
Erzincan University	Tercan VHS	N
Fırat University	Technical Sciences VHS	N
İnönü University	Hekimhan Mehmet Emin Sungur VHS	N
Ağrı İbrahim Çeçen University	Ağrı İbrahim Çeçen VHS	N
Kafkas University	Sarıkamış VHS	N, E
Van Yüzüncü Yıl University	Van Security Sciences VHS	N
Gaziantep University	Naci Topçuoğlu VHS	N
	Oğuzeli VHS	N, E
Artvin Çoruh University	Borçka Acarlar VHS	N
Giresun University	Dereli VHS	N
	Espiye VHS	N, E
Amasya University	Merzifon VHS	N, E
Abant İzzet Baysal University	Seben İzzet Baysal VHS	N
Ondokuz Mayıs University	Havza VHS	N
Sinop University	Boyabat VHS	N, E
Kastamonu University	Tosya VHS	N
Karadeniz Technical University	Araklı VHS	N
Gaziosmanpaşa University	Artova VHS	N
Gümüşhane University	Gümüşhane VHS	N, E
	TOBB Technical Sciences VHS	N, E
Karabük University	Eskipazar Sciences VHS	N, E, D
	Yenice Sciences VHS	N
	Eflani VHS	N
Hitit University	Osmancık Ömer Derindere VHS	N
Avrasya University	Health Services VHS	N
Düzce University	Gümüşova VHS	N
Bayburt University	Bayburt VHS	N, E

N: Normal Training, **E:** Evening Training, **D:** Distance Learning, **O:** Open Learning **VHS:** Vocational High School
*(Student Selection and Placement Center 2017).

As shown in the Table 3, there were 139 associate degree OHS programs (providing normal, evening, open and distance learning) in 82 VHS and 9 VSHS of 79 universities in Turkey in the 2017-2018 academic year. The number of universities is different from the number of Vocational Schools because there were OHS programs in more than one VHS of some universities. For example, there were 7 programs in total in 4 Vocational Schools of Karabük University (TOBB Technical Sciences Vocational School, Eskipazar Vocational School, Yenice Vocational School and Eflani Livestock Raising and Breeding Management Vocational School). It was noteworthy that 37% of the universities are private and 10% of the associate degree programs are found in Health Services Vocational High Schools. The change in the number of OHS associate degree programs (normal, evening, distance and open learning) opened in the 2017-2018 academic year across the regions was presented in Table 4.

Table 4: The quantitative distribution of the data on OHS associate degree programs in Turkey across regions*

REGIONS	UNIVERSITY	ASSOCIATE DEGREE				
		N	E	D	O	
Marmara	32	34	33	17	5	0
Central Anatolia	9	11	11	5	1	0
Aegean	6	8	8	5	1	0
Black Sea	15	19	19	7	1	0
Mediterranean	8	9	9	3	0	0
Eastern Anatolia	8	8	8	2	0	1
Southeastern Anatolia	1	2	2	1	0	0
TOTAL	79	91	90	40	8	1

N: Normal Training, **E:** Evening Training, **D:** Distance Learning, **O:** Open Learning
 *(Student Selection and Placement Center 2017).

The changes in the number of academic people in the OHS associate degree programs between 2013-2017 were shown in Table 5.

Table 5: The quantitative distribution of academic person in the OHS associate degree programs between 2013-2017*

Academic year	Prof. Dr.	Assoc. Prof. Dr.	Assoc. Dr.	College Lecturer	Lecturer	Research Assistant	Total
2013 - 2014	1	1	21	121	0	0	144
2014 - 2015	5	1	23	176	1	0	206
2015 - 2016	4	3	34	194	2	2	239
2016 - 2017	4	3	34	218	5	2	266

*Based on the data from Higher Education Council Information Management System for 2013-2017 Academic Years (Higher Education Institution 2018).

It was seen that there was a total of 266 academic staff including 4 professors, 3 associate professors, 34 associate doctorates, 218 college lecturers, 5 lecturers and 2 research assistants working in the OHS associate degree programs in the universities in 2016-2017 academic year.

Table 6: The numbers of the newly enrolled, currently studying, graduate students in associate degree programs and academic person (2013-2017)*

Academic year	Newly enrolled	Currently studying	Graduate**	Academic person	Number of students per academic person
2013 - 2014	10751	13136	587	144	91
2014 - 2015	17738	29570	1281	206	144
2015 - 2016	16878	38302	6085	239	160
2016 - 2017	26715	53424	11074	266	201

* Based on the data from Higher Education Council Information Management System for 2013-2017 Academic Years (Higher Education Institution 2018).

**The number of graduates is obtained from previous academic year

When the data on the OHS associate degree students for the period between 2013-2017 given in Table 6 were examined, it was observed that there were significant increases in the number of newly enrolled, studying and graduating students in associate degree programs. While the current number of OHS associate degree students was 13136 in the 2013-2014 academic year, it reached UP TO 53424 in the 2016-2017 academic year. When the data from 2013-2014 academic year and the 2016-2017 academic year are compared, it was seen that the number of newly enrolled students increased by 1.5 times, currently studying students by 3.1 times, and graduate students by 17.9 times. The number of academic people increased from 144 to 266. Between 2013-2017, the total number of students increased by 3.1 times while the number of associate degree academic person increased by 0.85 times. Accordingly, the rate of increase in the total number of students is approximately 3.7 times higher than that of the academic person. While the number of graduates from associate degree programs was 587 in the 2012-2013 academic year, this figure was 11074 in the 2015-2016 academic year.

The current situation of OHS undergraduate degree education

The graduates of OHS associate degree programs can become C class specialists by participating in occupational safety specialization training while the students from undergraduate programs can do this after having succeeded in the examination. It has been determined that there are 7 faculties and 3 colleges providing OHS training in the universities. The data on the programs that provide OHS training at the undergraduate level were shown in Table 7.

Table 7: The current OHS undergraduate programs in Turkey in 2017-2018 academic year*

UNIVERSITY	FACULTY/COLLEGE	TYPE
Bingöl University	Faculty of Health Sciences	N, E
Gümüşhane University	Faculty of Health Sciences	N, E
Üsküdar University	Faculty of Health Sciences	N
Yeni Yüzyıl University	Faculty of Health Sciences	N
Çanakkale Onsekiz Mart University	Çan Practical Sciences College	N
Sinop University	Health College	N
Uşak University	Health College	N, E

N: Normal Training, **E:** Evening Training

*(Student Selection and Placement Center 2017).

The numbers of the academic person in OHS undergraduate programs between 2013-2017 were shown in Table 8. It was seen that there was a total of 46 academic staff including 2 professors, 3 associate professors, 32 associate doctorates and 9 research assistants in the 2016-2017 academic year in the OHS programs in the universities.

Table 8: The distribution of the number of academic people in associate degree OHS programs between 2013-2017 academic years*

Academic year	Prof. Dr.	Assoc. Prof. Dr.	Assoc. Dr.	Research assistant	Lecturer
2013 – 2014	5	1	19	8	33
2014 – 2015	5	3	23	15	46
2015 – 2016	1	3	30	9	43
2016 – 2017	2	3	32	9	46

* Based on the data from Higher Education Council Information Management System for 2013-2017 Academic Years (Higher Education Institution 2018).

The numbers of the newly enrolled, currently studying students, academic person and students per academic person in OHS programs between 2013-2017 were shown in Table 9.

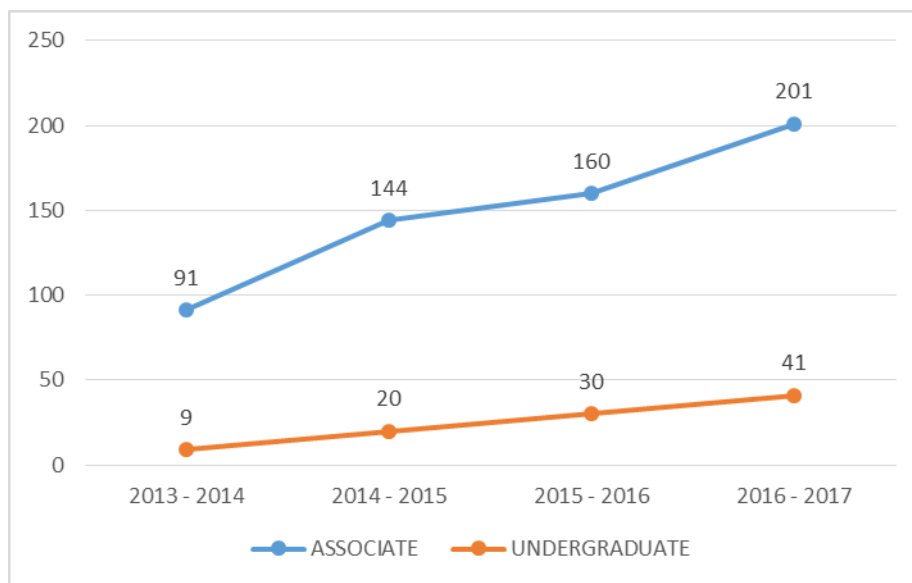
Table 9: The numbers of the newly enrolled, currently studying students, academic person and students per academic person in OHS programs between 2013-2017*

Academic year	Newly enrolled	Currently studying	Academic person	Number of students per academic person
2013 - 2014	293	298	33	9
2014 - 2015	511	925	46	20
2015 - 2016	492	1269	43	30
2016 - 2017	585	1873	46	41

* Based on the data from Higher Education Council Information Management System for 2013-2017 Academic Years (Higher Education Institution 2018).

While the number of OHS undergraduate students was 298 in the 2013-2014 academic year, it increased to 1873 in the 2016-2017 academic year. The number of academic people increased from 33 to 46. The total number of undergraduate students increased 5.3 times while the number of OHS undergraduate academic person increased 0.4 times between 2013-2017.

Figure 1 The number of students per academic person (2013-2017)



While the number of students per academic person in the associate degree OHS programs was 91 in the 2013-2014 academic year, it increased to 201 in the 2016-2017 academic year. While the number of students per academic person in the OHS undergraduate programs in the 2013-2014 academic year was 9, it increased to 41 in the 2016-2017 academic year. It is seen that the number of students per academic person tends to increase dramatically over time. The number of students per academic person in Turkey is above the average of OECD countries (15.6) (Organization for Economic Cooperation and Development 2013). It is also notable that there is a lack of qualified academic person for OHS programs in Turkey.

The current situation of graduate degree education

The graduate education is considered as a process involving education, scientific research, and practical activities adjacent to the undergraduate education (Sevinç, 2001). In this context, the obligations that are supposed to be fulfilled by the graduate education include training of qualified human power, doing research and educating scientists, lecturers and specialists for the workplaces (Sezgin, 2002). In order to attain at the target level of development as in each country, Turkey is obliged to train qualified human resources in all areas. A qualified individual can only be trained through a quality educational and research environment to be created in higher education institutions (Tosun, 2012).

While there were 9 programs that provide training at the graduate level in the field of OHS in 2012, this number increased to 63 in 2015. Kalkan and Deniz (2015) revealed that there were 63 OHS graduate programs, 20 of which were thesis and 43 were non-thesis. In 2018, OHS education was provided in 93 OHS graduate programs in total, with 36 thesis and 57 non-thesis programs. A list of programs that provide OHS graduate education at universities is given in Table 10.

Table 10: The OHS graduate programs available in 2017-2018 academic year in Turkey

UNIVERSITY	INSTITUTE	THESIS NON-THESIS
Acıbadem University	Institute of Health Sciences	T/ N-T
Biruni University	Institute of Health Sciences	N-T
Bursa Technical University	Institute of Science	N-T
Çanakkale Onsekiz Mart University	Institute of Science /Occupational safety	T
Gedik University	Institute of Social Sciences	T / N-T
Işık University	Institute of Science	N-T
İstanbul Aydın University	Institute of Science	T/ N-T
İstanbul Esenyurt University	Institute of Science	T/ N-T
İstanbul Gelişim University	Institute of Science	N-T
İstanbul Kültür University	Institute of Social Sciences	N-T
İstanbul Medeniyet University	Institute of Science	T/ N-T
İstanbul Rumeli University	Institute of Science	T/ N-T
İstanbul Sabahattin Zaim University	Institute of Science	T/ N-T
İstanbul Technical University	Institute of Science	N-T
İstanbul Ticaret University	Institute of Science	T/ N-T
İstanbul University	Institute of Health Sciences	N-T
Kırklareli University	Institute of Science	T/ N-T
Kocaeli University	Institute of Science	T/ N-T
Marmara University	Institute of Science	T/ N-T /N-T
Okan University	Institute of Science	T/ N-T
Sakarya University	Institute of Health Sciences	N-T

Üsküdar University	Institute of Health Sciences	T/ N-T
Near East University	Institute of Health Sciences	T/ N-T
Yeditepe University	Institute of Health Sciences	T
Yeni Yüzyıl University	Institute of Health Sciences	T/ N-T
Yıldız Technical University	Institute of Science /Occupational safety	N-T
Aksaray University	Institute of Science	N-T
Başkent University	Institute of Science	T/ N-T
Cumhuriyet University	Institute of Science	T/ N-T / N-T
Çankaya University	Institute of Science	T/ N-T
Hacettepe University	Institute of Public Health/Occupational Health	T
METU	Institute of Science	T/ N-T
Osmangazi University	Institute of Science	N-T
Selçuk University	Institute of Science	N-T
Yıldırım Beyazıt University	Institute of Health Sciences	N-T
Adnan Menderes University	Institute of Science	N-T
Afyon Kocatepe University	Institute of Science	N-T
Balıkesir University	Institute of Science	N-T
Dokuz Eylül University	Institute of Science	T/ N-T
Dumlupınar University	Institute of Science	N-T
Ege University	Institute of Science /Occupational safety	T/ N-T
	Institute of Health Sciences	T
İzmir Economy University	Institute of Science	T/ N-T
Muğla Sıtkı Koçman University	Institute of Science	N-T
Uşak University	Institute of Science	T
Adana Bilim and Teknoloji University	Institute of Science	N-T
Akdeniz Karpaz University	Institute of Science	T
Akdeniz University	Institute of Science	N-T
Antalya Bilim University	Institute of Science	N-T
Süleyman Demirel University	Institute of Science	N-T
Çukurova University	Institute of Science /Occupational safety	T/ N-T
Mersin University	Institute of Science	T
Atatürk University	Institute of Health Sciences	N-T
Bingöl University	Institute of Science	T/ N-T
Fırat University	Institute of Social Sciences	N-T
Dicle University	Institute of Health Sciences	N-T
Gaziantep University	Institute of Social Sciences	N-T
Hasan Kalyoncu University	Institute of Science	T/ N-T
Avrasya University	Institute of Health Sciences	T/ N-T
Bülent Ecevit University	Institute of Social Sciences	N-T
Karadeniz Technical University	Institute of Science	N-T
Kastamonu University	Institute of Science	T/ N-T
Gümüşhane University	Institute of Science	T

D: Distance Learning, **T:** Thesis, **N-T:** Non-Thesis

It was seen that there was a total of 93 OHS graduate programs including 36 thesis and 57 non-thesis programs in 62 universities in the 2017-2018 academic year. It was also revealed that there were thesis and / or non-thesis OHS graduate programs in 26 universities in the Marmara, 9 in the Central Anatolia, 9 in the Aegean Region, 5 in the Black Sea Region, 7 in the Mediterranean Region, 3 in the Eastern Anatolia Region and 3 in the Southeastern Anatolia regions respectively. 38 of the universities (61.3%) were state and 24 (38.7%) were private universities. The graduate programs were provided under the names of "Occupational Health", "Occupational Safety" or "Occupational Health and Safety" in the forms of thesis, non-thesis, normal, evening, distance learning by Institutes of Science (68%), Institutes of Social Sciences (10%), Institutes of Health Sciences (21%) and Institutes of Public Health (1%). Of the 63 graduate programs offered in 62 of the universities, 58 (92.1%) were named as "Occupational Health and Safety", 4 (6.3%) as "Occupational Safety" and 1 as "Occupational Health" (1.6%).

The list of programs that provide OHS training at the doctoral level at universities is given in Table 11.

Table 11: The OHS post-graduate programs available in 2017-2018 academic year in Turkey

UNIVERSITY	INSTITUTE	Type of training
İstanbul Aydın University	Institute of Science / Occupational Health and Safety	Doctorate
İstanbul Ticaret University	Institute of Science / Occupational Health and Safety	Doctorate
Gedik University	Institute of Science / Occupational Health and Safety	Doctorate
Marmara University	Institute of Science / Occupational Safety	Doctorate
İstanbul Rumeli University	Institute of Red Sciences / Occupational Health and Safety	Doctorate
Avrasya University	Institute of Health Sciences / Occupational Health and Safety	Doctorate
Hacettepe University	Institute of Health Science / Occupational Health	Doctorate
Çukurova University	Institute of Science / Occupational Safety	Doctorate
Dokuz Eylül University	Institute of Science / Occupational Health and Safety	Doctorate
	Institute of Health Sciences / Occupational Health	

There were currently 10 doctoral programs in OHS at 9 universities. Five of these universities were private and others are state universities. The doctoral programs were named as "Occupational Health and Safety" at six universities (5 private and 1 state university) "Occupational Safety" at two state universities and "Occupational Health" at two state universities.

Table 12: The numbers of the newly enrolled, currently studying and graduate students in OHS graduate programs between 2013-2017*

Academic year	Newly enrolled		Currently studying		Graduate students**
	Graduate	Post graduate	Graduate	Post graduate	Graduate
2013 - 2014	1268	3	1635	3	51
2014 – 2015	2772	16	3541	24	1374
2015 – 2016	3754	28	5242	53	1833
2016 – 2017	5663	38	8773	89	2556

*Based on the data from Higher Education Council Information Management System for 2013-2017 Academic Years (Higher Education Institution 2018).

**The number of graduates is obtained from previous academic years (the number of graduates is obtained from the data of the 2012-2013 academic year.)

When the data of OHS graduate students between 2013-2017 were examined, it was observed that there were significant increases in the number of newly enrolled, currently studying and graduate students in these programs. While the number of graduate students who were currently studying was 1635 in the 2013-2014 academic year, it has reached 8773 in the 2016-2017 academic year. When the data from the 2013-2014 and the 2016-2017 academic years were compared, it has seen that the number of new enrolled students increased by 3.5 times, the currently studying students by 4.4 times and graduate students by 49.1 times. While the number of graduates from graduate programs in the 2012-2013 academic year was 51, this number increased to 2556 in the 2015-2016 academic year. When the data of OHS doctoral students between 2013-2017 were examined, it has seen that the number of newly enrolled and currently studying students in these programs has dramatically increased while there were no graduate students in this period. While the number of current OHS doctorate students was 3 in the 2013-2014 academic year, it reached to 89 in the 2016-2017 academic year.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In the process of integrating occupational health and safety into the educational system in Turkey, the curriculum of technical and vocational high schools had changed at first. After that, the number of vocational high school programs at universities increased and academic studies started to be carried out. Today, the number of graduate programs has increased, and undergraduate programs have started to be opened.

It has been determined that OHS training is provided in 91 associate degree programs in total, including 139 programs in 79 universities in our country. While the number of OHS associate degree programs opened in 2012 was 36, this figure was 93 in 2015 and reached to 139 in 2018.

It has also been determined that OHS training is offered in 10 departments of 4 faculties and 3 high schools in our country. While there were only 3 universities offering OHS training in 2015, there are 7 universities offering it today.

62 universities in our country were found to have OHS programs in a total of 99 departments including 36 thesis, 57 non-thesis and 6 doctorate programs. Whereas the number of graduate programs opened in 2015 was 20, this number is 36 in 2018. The number of non-thesis graduate programs have also increased from 43 to 57 in this period.

It is seen that the universities have opened OHS graduate programs only to meet market needs, without having a competent and sufficient number of academic people and other necessary academic qualifications. As the demand for graduate education has increased day by day, 62 graduate-level programs have been opened in the universities. However, the inadequacy of the number of academic people who will teach in the programs decreases the quality of the education. For this reason, it is necessary for the universities, which have experienced and sufficient number of academic people, to open the OHS thesis graduate and doctorate programs and meet the lack of qualified academic person in an urgent and planned manner.

Despite the rapid increase in the number of students and programs, the increase in the number of academic people has lagged behind this. Despite a positive development in terms of understanding the importance of increasing the number of OHS training programs in universities in our country, the increase in the number of students per academic person in OHS programs affects the quality of education negatively. Considering that the number of students per academic person in the OECD countries is 16, there is a significant lack of qualified academic person in OHS in Turkey. Based on the data obtained, it is suggested that the need for qualified academic person should be met urgently and in a planned manner by opening OHS thesis graduate and doctoral programs in the universities which have experience and sufficient number of academic people.

Acknowledgement: These results were reported at the 2018 3th International Business Safety and Employee Health Congress in Istanbul, Turkey.

REFERENCES

- Arikan, R. and Sari, Y. D. *The importance of OHS in national education*. Available from: <http://www.app.csgb.gov.tr/isggm/oshaturkey/sunumlar/111.pdf>. Access Date: 14.06.2017.
- Ceylan, H. (2012). The occupational health and safety training problems and possible solutions in Turkey. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 22, 94-104.
- Higher Education Institution (2018). *Higher Education information management system, board of higher education*. Access Address: <https://istatistik.yok.gov.tr> Access Date: 02.02.2018.
- Kalkan, M. E. and Deniz, V. (2015). The current status of OHS graduate education in Turkey. *Turkish National Society for Occupational Health and Safety Journal*, October 2014-March 2015, 95-100.
- Law on occupational health and safety. (2012, 30 June). *Official Gazette (No. 28339)*. Access Address: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6331.pdf>
- Organization for economic cooperation and development. (2013). *Education at a glance*. Paris.
- Regulation on the duties, authorities, responsibilities and trainings of occupational safety specialists. (2012, 29 December). *Official Gazette (No. 28512)*. Access Address: <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Asp?MevzuatKod=7.5.16923&MevzuatIliski=0>
- Sevinç, B. (2001). Graduate education practices in Turkey, problems and solutions. *Dokuz Eylül University Faculty of Education Journal*, 34(1), 25-40.
- Sezgin, F. (2002). *The teaching roles of the thesis advisor in the training of research staff*. Master's Thesis, Gazi University Institute of Educational Sciences, Ankara.
- Sivrikaya, O. (2016). The current situation in Turkey in Higher Education Institutions in terms of occupational health and safety training. *Journal of Higher Education and Science*, 6(2), 151-162.
- Student Selection and Placement Center. (2017). *Student selection and placement center guide to higher education programs and quotas*.
- Tosun, M. (2012). *Quality management in graduate education: An application at Inonu University Institute of Social Sciences*. Master Thesis, Inonu University Institute of Social Sciences, Malatya.
- Yıldırım, E. (2010). *A study of the role of education in workers 'occupational health and safety and measuring the level of consciousness of occupational health and occupational safety education*. Master's Thesis, Istanbul University Institute of Social Sciences, Istanbul.

Olasılık: Janus Yüzlülüğün Eski ve Yeni Görünümleri

Doç. Dr. Adil Korkmaz^{1*}
Ayşenur Avar²

Geliş tarihi: 29.12.2018

Kabul tarihi: 29.01.2019

Atıf bilgisi:

*Uluslararası Bilimsel
Araştırmalar Dergisi (IBAD)*
Cilt: 4 **Sayı:** 1
Sayfa: 81-92 **Yıl:** 2019
Dönem: Kış

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 02%

¹ Akdeniz Üniversitesi, Türkiye,
adilkorkmaz@akdeniz.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-2432-518X
² Akdeniz Üniversitesi, Türkiye,
aysenuravar@gmail.com,
ORCID ID 0000-0002-6657-3552

* Sorumlu yazar

ÖZ

Olasılık, bir yüzüyle geçmişe, öbür yüzüyle geleceğe bakan Roma tanrısı Janus'a benzetilir. Böyle bir tutumun nedeni olasılığın bir yandan nesnel, öbür yandan öznel gerçekliğe ilişkin bir ölçü olmasıdır. Janus yüzlü olasılık tamlaması, olasılık ile Janus arasındaki bu benzerlik durumunu anlatmak için kullanılır. Söz konusu tamlamanın 1654-1837 döneminde yaşayan filozoflarca ya da matematikçilerce kabul edilebileceği ileri sürülebilir; çünkü o dönemde olasılık öznel ve nesnel gerçekliklere ilişkin ölçüleri eş zamanlı olarak dile getirebilen bir sözcük olma özelliğini sergiler. Ancak 1837-1843 döneminde olasılığın ikiye bölünmesinden sonra durum değişir. Olasılık, anılan dönemin bitiminden sonra gerek "Gerçek olasılık öznel olasılıktır" diyenlerce olsun, gerekse "Gerçek olasılık nesnel olasılıktır" diyenlerce olsun yalnızca tek bir gerçekliğe ilişkin ölçü olarak değerlendirilir. İki gerçekliğe ilişkin değil... Olasılıklardan birini onayıp öbürünü yadsıyan bu tutum 1843'ten 1945'e dek sürer. 1945 yılı ile başlayan yeni dönemde Viyana Çevresi'nin merkezindeki düşünür olan Rudolf Carnap'tan farklı bir ses işitilir. Ona göre iki olasılık vardır ve bilim açısından bunların ikisi de yararlıdır. Bu nedenle iki olasılıktan birinin etkisini sağlamak gerekmez; gerekli olan, bu iki olasılık arasındaki işbirliğidir. İşbirliği önerisinin ilk uygulamalarından birini Rudolf Carnap'ın öğrencisi Carl Gustav Hempel bilimsel açıklama ve öngörme etkinliklerini betimlerken yapar. Sonra onu Wesley C. Salmon ve başkaları izler. Bütün bunlardan sonra ise olasılık yeniden Janus yüzlü olur. Ancak şunu söylemek gerekir ki Janus yüzlülüğün eski ve yeni görünüşleri aynı değildir. Bu çalışma söz konusu durumu sergilemeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Janus Yüzlü Olasılık, Öznel Olasılık, Nesnel Olasılık, Açıklama, Öngörme.

Probability: The Old and New Aspects of Janus-Facedness

Assoc. Prof. Dr. Adil Korkmaz^{1*}
Ayşenur Avar²

First received: 29.12.2018
Accepted: 29.01.2019

Citation:
*Journal of the International
Scientific Research (IBAD)*
Volume: 4 **Issue:** 1
Pages: 81-92 **Year:** 2019
Session: Winter

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 02%

¹ Akdeniz University, Turkey,
adilkorkmaz@akdeniz.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-2432-518X
² Akdeniz University, Turkey,
aysenuravar@gmail.com,
ORCID ID 0000-0002-6657-3552

* Corresponding Author

ABSTRACT

Probability is likened to Roman god Janus whose one face is looking to the past and the other is looking to the future. The reason of such attitude is that probability, on one hand, is a measure related to objective reality and a measure related to subjective reality, on the other. The phrase of Janus-faced probability is used to express this state of analogy between probability and Janus. It can be claimed that the referred phrase may be accepted by the philosophers and mathematicians living in the period of 1654-1837; because in that period the probability exhibits to be a word simultaneously denoting the measures related to subjective and objective realities. This state, however, changes after probability is divided into two parts during the period of 1837-1843. After the end of the mentioned period, the concept of probability is considered as a measure related to only one reality by both people who think "Real probability is subjective probability" and those who think "Real probability is objective probability" but not a measure related to the double realities. Attitude towards approving one type of probability and denying the other type continues until the year 1945. A different idea rises from Rudolf Carnap who is the central thinker of the Vienna Circle. According to him, there are two probabilities and both of them are useful from the point of science. It is because there is no need for one to win over another. What is necessary is cooperation between these two probabilities. One of the first applications of cooperation is done by Rudolf Carnap's student, Carl Gustav Hempel, while delineating scientific explanation and prediction activities. Wesley C. Salmon and others follow him. After all these, probability once again has become Janus-faced. It should be noted that, however, the old and new aspects of Janus-facedness are not the same. This study aims to exhibit the mentioned situation.

Keywords: Janus-Faced Probability, Subjective Probability, Objective Probability, Explanation, Prediction.

GİRİŞ

Öznel ve nesnel olmak üzere iki tür olasılık vardır. Bunların ortak yanları ikisinin de fiziksel süreçlere ilişkin rasgelelikten doğmuş olmaları; ortak olmayan yanları ise anlamlarıdır. Öznel olasılık bir ilerisürümün doğruluğuna duyulan inanç düzeyi, nesnel olasılık ise bir olayın kolay gerçekleşme düzeyidir. Soyut nitelikte olan kolay gerçekleşme sık gerçekleşme biçiminde somutlaştığı için nesnel olasılık uzun dönemdeki göreceli sıklık aracılığı ile ölçülür. Benzer bir durum öbür olasılık için de geçerlidir. Nitekim öznel olasılık inanç düzeyini yansıtsa da bu soyut nicelik aracılığıyla değil, onun somut nedenleri ya da sonuçları aracılığı ile ölçülür. İnanç düzeyi ve kolaylık düzeyi (göreceli sıklık düzeyi) gibi iki farklı gerçekliğe ilişkin ölçü olabilmeye özelliğinden ötürü olasılık Roma tanrısı Janus'a benzetilir. Böyle bir tutum sergilemenin nedeni Janus'un bir yüzüyle geçmişe, öbür yüzüyle geleceğe bakmasıdır. Olasılık ile Janus arasındaki bu benzerliği anlatabilmek için yaygınlıkla kullanılan anlatım Janus yüzlü olasılık tamlamasıdır (Cooper, 1965; Hacking, 1991, s. 12; Daston, 1994; Gillies, 2000, s. 18). Hemen şunu belirtmek gerekir ki söz konusu tamlama tarihin bütün dönemlerinde değil ise de en azından iki döneminde kabul görebilir. İlk 1654 yılından 1837 yılına dek uzanan, ikincisi ise 1945 yılı ile başlayıp süreduran dönemdir. İlk dönemin matematikçileri ve filozofları olasılığın eş-anlı olarak inanç ve sıklık ile ilgili ölçüleri yansıtan bir gösterge olarak değerlendirdikleri için Janus yüzlü olasılık tamlamasını içten gelen bir onama duygusuyla kabul edebilirler. Ancak 1837-1843 döneminde olasılığın filozoflarca ve matematikçilerce ikiye bölünmesinden sonraki zamanlarda durum öyle olamaz. Çünkü 1843'ten sonraki yıllarda "Gerçek olasılık öznel olasılıktır" diyenlerce olsun, "Gerçek olasılık nesnel olasılıktır" diyenlerce olsun, olasılık tek bir gerçekliğe ilişkin ölçü olarak değerlendirilir. Olasılıklardan birini onayıp ötekini yadsıyan John Venn ya da Augustus de Morgan gibi filozoflar ve matematikçiler açısından bakıldığında olasılık asla Janus yüzlü değildir. 1945 yılından sonraki zamanlarda ise olasılıklardan birini onayıp ötekini yadsıyan tek olasılıkçılık tutumu son demlerini yaşamaya başlar. Çünkü anılan yıl ile başlayan yeni dönemde Rudolf Carnap (1945) tek olasılıkçılık dönemini aşmaya çabalarken şöyle söyler:

Bilim açısından öznel ve nesnel olasılıkların ikisi de yararlıdır. Bunlar arasında bir çatışmanın sürdürülmesi sonucunda iki olasılıktan birinin utkusunu sağlamak gerekli değildir. Gerekli olan, bu iki olasılık arasındaki işbirliğidir.

İşbirliği önerisinin ilk uygulamalarından birini Rudolf Carnap'ın öğrencisi Carl Gustav Hempel bilimsel açıklama ve öngörme etkinliklerini betimlerken yapar. Tümdengelimsel-yasaya dayalı açıklama ve öngörme yordamlarında değil ise de tümevarımsal-olasılığa dayalı açıklama ve öngörme yordamlarında iki olasılık arasında işbirliği başlar ve böylece olasılık kaçınılmaz bir biçimde yeniden Janus yüzlü olarak değerlendirilir. Bu yordamları eleştirerek onlarda düzeltmeler yapan Wesley C. Salmon gibi filozofların getirdikleri açıklama ve öngörme yordamları da olasılığın Janus yüzlülük özelliğini koruyucu nitelikte olur. Ne var ki, bütün bunlar şu gerçeği görmeyi engellememelidir: Olasılığın bugünkü Janus yüzlülüğü, ilk dönemdeki (1654-1837 dönemindeki) Janus yüzlülüğünden çok farklıdır. Bu çalışma bunun nasıl bir farklılık olduğunu sergilemeye odaklanmaktadır.

1. Olasılıkların Anlamları

İki olasılığın ortak olmayan yanları olarak anlamlarını somut bir biçimde görebilmek için gündelik yaşamda karşılaşılabilecek şu tümceye bakmak yeterlidir: *Herhangi bir sigara tiryakisinin kanser olma olasılığı yaklaşık %20'dir.* Buradaki %20 sayısı sigara tiryakisinin kanser hastalığına yakalanmasının ne denli kolay gerçekleşebilir olduğunu gösteren bir ölçü olarak değerlendirilebilir ise o zaman söz konusu sayı nesnel olasılık ölçüsü olmuş olur. Aynı sayı sigara tiryakisinin kanser hastalığına yakalanmasına ne denli inanıldığını ya da inanılması gerektiğini gösteren bir ölçü olarak değerlendirildiğinde ise söz konusu sayı öznel olasılık ölçüsü olmuş olur. Öyleyse denebilir ki 0 ile 1 arasındaki bir sayının başka başka biçimlerde anlamlandırılmalarına öznel ve nesnel olasılıklar eşlik etmektedir. Nesnel olasılık olayların ne denli kolay gerçekleştiklerini gösteren bir nicelik olarak betimlenir ise de onların ne denli sık gerçekleştiklerine bakılarak ölçülür. Bunun nedeni, kolay gerçekleşme kavramının soyut, sık gerçekleşme kavramının ise somut olmasıdır. İkinci değerlendirme birincisinin ete kemiğe büründürülmüş biçimi olmaktan başka bir anlam taşımaz. Bu değerlendirme göz önünde bulundurulduğunda denebilir ki uzun dönemde yinelenen denemelerin hepsinde gerçekleşen bir olayın

olasılığı 1, hiçbirinde gerçekleşmeyen bir olayın olasılığı 0, yarısında gerçekleşip yarısında gerçekleşmeyen bir olayın olasılığı ise $\frac{1}{2}$ olur. Bu ölçme yöntemi Richard von Mises'in sıklıkçı olasılık (*frequency interpretation of probability*) öğretisi için geçerli olduğu gibi, Karl Raimund Popper'in yönelimci olasılık öğretisi (*propensity interpretation of probability*) için de geçerlidir (Popper, 1959; Daston, 1994; Galavotti, 2005, s. 81; Zabell, 2011). Öznel olasılık ise bir ilerisürüme (*hypothesis*) ne denli inanıldığını ya da inanılması gerektiğini gösteren bir nicelik olarak betimlenir. Bu olasılık söz konusu ilerisürüme hiç inanmama durumunda 0, tam inanma durumunda 1, yarı inanma-yarı inanmama durumunda ise 0.5 olur ($\frac{1}{2}$ değil, 0.5; çünkü nesnel olasılık bir oran iken öznel olasılık bir düzeydir.). Öznel olasılığın bir türü olan mantıksal olasılığı ölçmede John Maynard Keynes'in kayıtsızlık ilkesi ya da Pierre-Simon Marquis de Laplace'ın eş-olabilirlilik ilkesi etkilidir. Bu ilkeye göre n sayıda karşıt ilerisürüm varsa ve bunlardan birine ötekilerden daha çok inanmak için bir neden yoksa o zaman her ilerisürüme atanan olasılık $\frac{1}{n}$ olur. 20. yüzyılda Frank Plumpton Ramsey ile Bruno de Finetti'nin savundukları ruhbilimsel olasılığın ölçümünde ise yitirilecek değer kazanılacak değere oranı kullanılır (Gillies, 2000, s. 50-87). Bu oran bahis oranıdır. Burada yitirilecek değer, bir ilerisürüme olasılık atayan oyuncunun masaya koyduğu değerdir. Kazanılacak değer ise masadaki toplam değerdir. Toplam değer oyuncunun ve karşı oyuncunun masaya koydukları değerler toplamıdır.

2. Olasılıkların Ortak Kaynağı

Anlamları bakımından farklı olan öznel ve nesnel olasılıkların ortak bir kaynaktan, fiziksel süreçlerdeki rastgelelikten¹ filizlenmeleri şu soruları gündeme getirmektedir: Rastgelelik nedir? Nerede var olur? Nerede var olmaz? Öznel ve nesnel olasılıkların rastgelelik ile ilişkileri nedir? Bu soruları yanıtlayabilmek için fiziksel bir sürecin sonucunun bilinip bilinemeyeceğine bakmak gerekir. Fiziksel bir sürecin sonucu ancak ve ancak onu etkileyen doğa yasalarına ve başlangıç koşullarına ilişkin tümceler varsa bilinebilir. Burada doğa yasalarını ve başlangıç koşullarını dile getiren tümceler kristal küre işlevini yerine getirir.² Nasıl masalların kristal küresine bakan bir cadı hangi olayın nerede ve ne zaman gerçekleşeceğini ya da gerçekleştiğini biliyorsa fiziksel süreç ile ilgili bu tümcelere bakan bir kişi de o fiziksel sürecin nasıl sonuçlanacağını ya da sonuçlandığını öyle bilir. Böyle bir kristal küre varsa fiziksel sürecin sonucu bilinebileceğinden orada rastgeleliğin olmadığı söylenebilir. Rastgeleliğin olmadığı bir yerde olasılık da yoktur. Rastgeleliğin fiziksel sürecin sonucunun bilinemezliğinden doğduğunu görebilmek için en tanıdık örneklerden biri olan paranın havaya fırlatılması denemesine bakılabilir. David Ruelle (1995, s. 2) tek bir para havaya fırlatıldığında o paranın yazı mı, yoksa tura mı geleceğinin öngörülemez olduğunu, o nedenle böyle bir fiziksel süreçte rastgelelik olduğunu; buna karşılık birçok para havaya fırlatıldığında onların yaklaşık yarısının yazı, yarısının tura geleceğinin öngörülebilir olduğunu, o nedenle de böyle bir fiziksel süreçte rastgelelik olmadığını söyler. Benzer tümceler başka yazarlarda da gözlemlenir. Örnek olarak "Rastgelelik Öngörülemezliktir (*Randomness is Unpredictability*)" başlıklı bir makale yazmış olan Antony Eagle (2005) gösterilebilir. Eğretilme ile anlatılırsa denebilir ki fiziksel bir sürece ilişkin kristal küre yok ise fiziksel sürecin sonucu bilinemez. Bu durumda fiziksel sürecin rastgele olduğu söylenir. Böyle bir sürecin sonucu da rastlantı (bir anlamda şans) diye adlandırılır.³

Rastgelelik ve rastlantı kavramlarını somutlaştırabilmek için şu örnekten yararlanılabilir: İki arkadaş bir filmi izlemek üzere saat 20.00'da sinemanın önünde buluşmaya karar verip evlerinden ayrılırlar ve saat 20.00'da sinemanın önüne gelseler birbirlerine sarılarak "Bu ne rastlantı!" ya da "Bu ne şans!" demezler. Buradaki fiziksel süreç rastgele olmadığı gibi, bu sürecin sonucu da rastlantı değildir. Çünkü her iki kişinin sözlerini tutan varlıklar olmaları ve birbirleriyle buluşmaya söz vermiş olmaları gerçeğini anlatan tümceler burada kristal küre işlevini yerine getirirler ve o kristal küreye bakanlar da bu kişilerin sinema önünde buluşacaklarını bilebilirler. Ancak yukarıdaki iki kişi birbirleriyle haberleşmeksizin evlerinden ayrılırlar ve sinemanın önüne gelip de orada karşılaşırsalar o anda birbirlerine sarılarak karşılaşmalarını bir rastlantı ya da bir şans olarak nitelendirebilirler. Çünkü onlardan herhangi birinin evden sinemaya uzanan öyküsü (fiziksel sürecin iki parçasından biri) ötekisi açısından bir tümce ile betimlenemez ve

¹ Fiziksel süreçlerdeki rastgelelikten başka bir de matematiksel dizilerdeki rastgelelik vardır (Eagle, 2005).

² Chaitin (1975) ya da Kolmogorov ve Uspensky (1988) örneklerinde matematiksel dizileri betimleyen ve onlardan daha kısa olan bir algoritma bir kristal küre olarak anımlanabilir.

³ Rastlantı ve şans kavramlarının birbirlerinin yerine kullanımları için Çalışkan (2018, s. 13-25) önerilebilir.

kristal küre işlevini gören tümce yokluğu nedeniyle de sinemanın önünde gerçekleşen karşılaşma bilinemez. Burada rastgeleliğin bilen varlık (özne) ile mi, yoksa bilinen varlık (nesne) ile mi ilgili olduğu sorusu yöneltilebilir. Aynı soru rastlantı için de yinelenebilir. Birçok filozof rastlantıyı bilinen varlıktan çok bilen varlıkla ilgili görür. Rastgeleliği, doğaya ilişkin bir özellik olarak değil de doğa hakkında ne bildiğimiz ve ne söyleyebileceğimiz ile ilgili bir özellik olarak gören Kyburg (1972) bunlardan biridir. Benzer düşünceleri savunanlar arasında David Hume gibi ünlü filozoflar ya da Pierre-Simon Marquis de Laplace gibi ünlü matematikçiler de vardır. David Hume (2017, s. 55) ilk kez 1751 yılında yayınlanan *An Enquiry Concerning Human Understanding* (İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Soruşturma) adlı yapıtında bu konuyla ilgili olarak şöyle yazar:

Dünyada rastlantı diye bir şey yoktur, ama bir olayın gerçek nedenini bilmememiz anlama yetimizi böyle etkiler ve bu tür bir inanç ya da kanı doğurur.

Rastlantıyı doğadan uzaklaştırıp bilme çabası içindeki kişi ile ilişkilendiren bu yaklaşımın uzantısını Pierre-Simon Marquis de Laplace'da (2012, s. 4) da görmek olanaklıdır. Fransa'nın Newton'u diye nitelendirilen bu matematikçiye göre doğanın bütün yasalarını ve herhangi bir andaki bütün koşullarını bilen bir zekâ evrenin geçmişini, şimdisini ve geleceğini bilir. O, bu sözleriyle evrenin bütün yasalarını ve herhangi bir andaki bütün koşullarını bilen bir zekâ açısından rastgeleliğin olmadığını söylemekten başka bir iş yapmaz. Rastgelelik yoksa öngörülemelik ve dolayısıyla rastlantı da yoktur. Rastlantı nedir bilmeyen böyle bir zekâ açısından elbette 0 ve 1 dışındaki olasılıklar da yoktur. 0 ile 1 dışındaki olasılıklar yalnızca böyle bir zekâdan yoksun varlıklar için söz konusu olabilir. Dolayısıyla rastgelelik insanın bilmeyele ilgili eksiklikleri üstünde yükselen bir kavram olur. Pierre-Simon Marquis de Laplace'ın anlatımlarından şu da çıkarılabilir: Rastgelelik, rastlantı ve olasılık kavramları evrenin tümcelere sığmayan –anlatılmaz– karışıklığı üstünde yükselen kavramlardır. Benzer bir görüşü Henri Poincaré (1912) da dile getirir:

(i) Çok sayıdaki etkenler arasında göz önünde bulundurulmayanlar varsa bunlar nedeniyle fiziksel sürecin sonucu öngörülemelik olur.⁴

(ii) Bir etken göz önünde bulundurulsa bile onun ölçümünde yapılacak küçük bir hata beklenmedik büyük sonuçlar yaratabileceğinden fiziksel sürecin sonucu gene öngörülemelik olur.⁵

İkinci şıkta anlatılan rastgelelik kaynağı birinci şıkta anlatılan rastgelelik kaynağına eklenebilir; çünkü göz önünde bulundurulmayan bir etkenin ölçümünde yapılan küçük bir hata da bir etkidir, üstelik doğası gereği göz önünde bulundurulmayan bir etken. Yukarıdaki anlatımlar yalnızca rastgeleliğin kara kutusunu açma bakımından değil, rastlantıda doğanın bir payı olduğunu dile getirmeleri bakımından da dikkat çekicidir. Öyleyse bir süreç tümcelerle dile getirilemeyecek ölçüde karışık olduğunda onun sonucu da öngörülemelik bir olay –kısaca rastlantı– olup çıkar. Öyleyse rastgelelik bir yandan doğanın karışıklığından, bir başka yandan da onu bilme çabası içindeki kişinin anılan karışıklığı betimleyen kristal küre tümcelerini bulamamasından doğar. Olasılık da buradan filizlenir. Nesnel olasılık rastlantının olmaksızın kolaylığından ya da olmaksızın sıklığından, öznel olasılık ise rastlantıyla ilgili bir ilerisürüme yönelik inanç düzeyinden...

3. İki Olasılık Arasındaki İlişki

Anlamları ayrı, kaynakları bir olan öznel ve nesnel olasılıklar arasındaki ilişki Sindirella'nın ayağı ile kundurası arasındaki ilişkiye benzetilebilir. Kundura ayaktan küçük, ona eşit ya da ondan büyük olabilir. Nasıl ayak ile kundura birbirlerine eşit olduklarında bile doğaları bakımından bambaşka iseler, tıpkı onlar gibi, öznel olasılık ile nesnel olasılık da birbirlerine eşit olduklarında bile doğaları bakımından bambaşkadırlar. İki olasılığın birbirlerine eşit olmaları ilişkisi burada iki olasılık arasında işbirliği diye adlandırılmaktadır. İşbirliği, nesnel olasılığa bakarak öznel olasılığı, öznel olasılığa bakarak da nesnel olasılığı belirleme demektir.

⁴ Herakleitos'un (2003, s. 21; 2005, s. 49) «Bir varlıktan bütün varlıklar, bütün varlıklardan bir varlık» biçiminde dile getirilen eksiltili anlatımı «Bir varlıktan bütün varlıklar, bütün varlıklardan bir varlık etkilenir» biçiminde anlaşılırsa o zaman doğadaki her olup biten sonuç bir rastlantı olarak bile değerlendirilebilir.

⁵ 15. yüzyılda Sufilerin «Yeryüzünde bir çiçeği sapından tutup salla, gökyüzünde yıldızlar titrer» sözü bu durumun şüursel bir anlatımı olarak değerlendirilebilir (Fiş, 1995, s. 142).

Olasılık kuramının başlangıç yıllarında olasılığın Janus yüzlü olduğuna bakılarak iki olasılık arasında sarsılmaz bir işbirliği olduğu savı ileri sürülebilir. Gerçekten de iki olasılık 1654-1837 döneminde oksijen ile hidrojenin varlıklarını suda tekleştirilmiş olmalarına benzer bir biçimde tekleşmişlerdir. O dönemde var olan, öznel ve nesnel olasılıklar değil, yalnızca onların birleşik biçimi olan olasılıktır. Bu durumu gösteren kanıtları Gottfried Wilhelm Leibniz, Jacob Bernoulli ya da Pierre-Simon Marquis de Laplace örneklerinde görmek olanaklıdır. Örneğin şu söz Gottfried Wilhelm Leibniz'e ilişkindir (Hacking, 1991, s.128):

Quod facile est in re, id probabile est in mente. (Bir olayın gerçekleşeceğine duyduğumuz inancın yüksekliği onun evrendeki olup bitme kolaylığına bağlıdır.)

Bu sözün gönderme yaptığı iki gerçeklik vardır. İlki, bir olayın evrende kolay olması gerçekliğidir. Bu, nesnel olasılıktır. Ötekisi ise bir olayın gerçekleşeceğine duyulan inanç düzeyidir ki bu da öznel olasılıktır. İki olasılık eşit olduğundan onlar arasında işbirliğinin var olduğu söylenebilir. İkinci kanıt Jacob Bernoulli'nin büyük sayılar yasasından elde edilebilir. Jacob Bernoulli kendi anlatımına göre uzun süre çalışarak kanıtlayabildiği bu yasaında *a priori* (önsel) olarak belirlenen öznel olasılık ile *a posteriori* (sonsal) olarak belirlenen nesnel olasılığı buluşturur. Üçüncü kanıt Pierre-Simon Marquis de Laplace örneğinde bulunabilir. Pierre-Simon Marquis de Laplace da olasılığı tanımlarken anahtar kavram olarak eş ölçüde kolay olabilme anlamındaki eş-olabilirlik (*equi-possibility*) kavramını kullanır. Bu kavram olmaksızın kolaylık ile ilgili olduğundan nesnel olasılık ile de ilgilidir. Söz konusu kavramı açık seçik biçimde anlatmak isteyen Pierre-Simon Marquis de Laplace bu kez eş ölçüde karar verilemezlik kavramını kullanır. Bu ise öznel olasılığın temelindeki kavramdır. Eş-olabilirlik ile eş-karar verilemezlik kavramlarını eşdeğer saymak ise iki olasılık arasında işbirliğinden başka bir anlama gelmez.

İki olasılık 1837 yılından önceki zamanda işbirliği içindedir ancak bu sav 1837-1843 döneminde olasılığın bölünmesinden sonra söylenemez. Gerçi bu dönemden sonra da iki olasılık arasında işbirliği olur; ancak filozoflar ve matematikçiler iki olasılıktan birini gerçek olasılık diye adlandırıp ötekini gerçek olasılık diye adlandırmadıklarından yaptıkları iş onlara iki olasılık arasında işbirliği olarak gelmez. John Venn buna bir örnektir. Anılan ünlü matematikçi bir yazısında şöyle yazar: “Olasılığın *a priori* olarak belirlenmesi onu öznel yapmaz, çünkü o nesnelidir” (Galavotti, 2005, s. 74). Oysa *a priori* olarak belirlenen olasılık öznel olasılıktır; nesnel değildir, çünkü uzun dönemdeki göreceli sıklık ile nicelleştirilen nesnel olasılık *a posteriori* olarak belirlenir. John Venn'in nesnel olasılığı *a priori* olarak belirlemesi önce öznel olasılığı belirlemesi, sonra da burada belirlediği değeri nesnel olasılığa atayarak onu da belirlemesi demektir. Bu da iki olasılık arasında işbirliğinden başka bir anlama gelmez. Ancak John Venn öznel olasılığı gerçek olasılık diye görmediğinden yaptığı işi iki olasılık arasında işbirliği olarak görmez. Bu da demektir ki olasılıklardan birini yadsıyan John Venn açısından olasılık Janus yüzlü değildir. Benzer bir söz Augustus de Morgan için de yinelenebilir (Galavotti, 2005, s. 136); çünkü “Nesnel olasılığı çöpe atıyorum” diyen bir matematikçi açısından bakıldığında da olasılık Janus yüzlü olamaz. Her ne denli iki olasılıktan birini göklere çıkarıp ötekini yerlere batıranlar olasılığın ne olduğu konusunda uzlaşamazlar ise de onun tekliği konusunda en küçük bir kuşkuyla bile yer kalmaksızın uzlaşırlar. Onlar “Gerçek olasılık öznel olasılıktır” ile “Gerçek olasılık nesnel olasılıktır” savlarından birini onarlar, ancak ikisini birden onamazlar. Bu da demektir ki onlar olasılığı Janus yüzlü olarak görmezler.

Tek olasılıkçılar iki kampa ayrıldıktan sonra zaman zaman bunlardan biri, zaman zaman da öbürü baskınlaşır; ancak onlardan herhangi biri öbürüne göre utku kazanamaz. İki kamp arasındaki çatışmanın sona ermesi konusundaki görüşler ilk kez 1945 yılında çok güçlü bir biçimde filizlenir. Anılan yılda Rudolf Carnap, biri öznel, öbürü nesnel olmak üzere iki olasılığın var olduğunu, bunlardan birinin olasılık 1 (öznel olasılık), öbürünün olasılık 2 (nesnel olasılık) diye adlandırılabilirliğini ve bu olasılıkların bilim açısından yararlı olduklarını söyler (Carnap, 1945). Ona göre bu iki olasılık arasında bir çatışmanın sürdürülmesi sonucunda iki olasılıktan birinin utkusunu sağlamak gerekmez; gerekli olan, bu iki olasılık arasındaki bir işbirliğidir. David Lewis bu önerinin artık tartışma dışı olması gerektiğini şu sözlerle dile getirir (Lewis, 1980):

Biz öznel olasılıkçılar olasılığı ussal inanç düzeyi olarak düşünüyoruz. Gel gör ki böyle düşüsek de öteki olasılık anlamlandırmalarına karşı bir savaş başlatmak da istemiyoruz. Yalnızca şunu söylüyoruz. Bizim olasılığımızın bitirildiği bir yerde bir iş başlatılamaz.

Olasılıklar arasında bir savaş başlatmamayı dile getiren bu sözler Rudolf Carnap'ın önerisine uygundur, çok yerindedir de. Çünkü, ileride gösterileceği gibi, iki olasılıktan birinin yok edildiği bir yerde bilimin açıklama ve öngörme diye adlandırılan en yüksek iyileri (*summum bonum*) tümevarımsal biçimde yapılamaz; salt tümdengelsel biçimde yapılabilir.

3.1. İşbirliği Koşulu

İki olasılık eşit olacak mı, olmayacak mı? Eşit olacak ise ne zaman? Bu sorunun yanıtı şöyledir: İki olasılık kabul edilemez bilgi varsa eşitlenemez, yoksa eşitlenebilir (Lewis, 1980; Thau, 1994; Strevens, 1995; Strevens, 1999; Arntzenius ve Hall, 2003). Peki, hangi bilgiler kabul edilebilir, hangi bilgiler kabul edilemezdir? Filozoflar en azından kabul edilemez bilginin ne olduğu konusunda uzlaşmışlardır. Kabul edilemez bilgi iki olasılık arasında bir işbirliğini engelleyen bilgidir. Örnek olarak ilerisürüm konusunda kristal küre örneğinde de görüldüğü üzere doğrudan doğruya çıkarım sağlayan bilgi kabul edilemez bilgidir. Kabul edilebilir bilgi ise öznel olasılığı değiştirmedeği için ilerisürüm ile ilgili olmayan (*irrelevance*) bilgi demektir. Örneğin h ="Bugün Erciyes dağında hava sıcaklığı -25 °C olacak", K ="Denizler geç ısınır, geç soğur" olsun. $P(h/K)=P(h)$ ise o zaman şu söylenebilir ki K bilgisi h ilerisürümüne iliştilen olasılığı etkilememektedir. Olasılığı etkilemeyen bilgi kabul edilebilir bilgi, etkileyen bilgi ise kabul edilemez bilgi diye adlandırılır (Strevens, 1995; Strevens, 1999). Bütün bilgiler kabul edilebilir bilgi ise o zaman nesnel olasılığın kaç olduğunu öğrenen biri öznel olasılığını ona eşit olacak biçimde belirleyebilir. Ancak kabul edilemez bilgi varsa öznel olasılık nesnel olasılığa bakılarak değil, kabul edilemez bilgiye bakılarak belirlenebilir. Bu da demektir ki böyle durumlarda olasılıklar arasında işbirliği yapılamaz.

3.1.1. İki Olasılık Arasında İşbirliği Yapılamaması Durumları

İki olasılık arasında işbirliği olmayabileceğine ilişkin birçok örnek verilebilir: (i) Bir makalede sigaranın kanser yapma olasılığı %20 olarak saptanmış olsun. Bu makaleyi okuyan bir kişi %20 sayısını yanlışlıkla %2 olarak okursa nesnel olasılık %20 ve öznel olasılık %2 olduğundan iki olasılık arasında işbirliği amaçlansa da gerçekleşmez. (ii) Bir kavanozdaki kurdelelerin hepsinin kıvıllı ya da hepsinin kara olduğu bildirildikten sonra bu kavanozdan çekilecek bir kurdelelerin kıvıllı olma olasılığı kaçtır diye sorulursa buna iki farklı yanıt verilebilir.⁶ "Olasılık 0.5'dir" diyen kişi öznel olasılığı dile getirmiş olur. Çünkü kavanoz bütün kurdeleleri kıvıllı olan bir kavanoz ise ondan çekilecek kurdele kesinlikle kıvıllıdır; yok, o kavanoz bütün kurdeleleri kara olan bir kavanoz ise o kavanozdan çekilecek kurdele de kesinlikle karadır. Bu ilerisürümlerden birine ötekenden daha çok inanmak için bir neden olmadığına göre John Maynard Keynes'in kayıtsızlık ilkesi gereğince her iki ilerisürümüne de eşit ölçüde inanmak gerekeceğinden o ilerisürümlerin her birine 0.5 olasılığını iliştilmek gerekir. Aynı soruya "Olasılık 0 ya da 1'dir; ancak hangisidir bilmiyorum" diyen kişi ise nesnel olasılığı dile getirir. Çünkü kavanoz bütün kurdeleleri kıvıllı olan bir kavanoz ise kıvıllı kurdele çekmenin göreceli sıklığı 1 olur; yok, söz konusu kavanoz bütün kurdeleleri kara olan bir kavanoz ise kıvıllı kurdele çekmenin göreceli sıklığı 0 olur. Göreceli sıklık ile ilgili bu sav uzun olsun kısa olsun bütün dönemlerde geçerlidir. Öznel olasılığın 0.5, nesnel olasılığın 0 ya da 1 olması ise iki olasılık arasında eşitlik ilişkisinin olmaması demektir. (iii) Kristal kürenin var olması durumunda işbirliği olanaksızdır. Burada masallardan alıntılanan bir kavram olarak kristal küre neyin, ne zaman, nerede gerçekleşeceğini gösteren bir araç olarak betimlenebilir. Kristal küreye örnek olarak Pierre-Simon Marquis de Laplace'ın cini (*Laplace's demon*) gösterilebilir. Bu saymaca varlık hangi olayın ne zaman ve nerede gerçekleştiğini de, gerçekleşeceğini de bilen bir varlık olarak betimlenir. Böyle bir varlıktan bilgi elde eden herhangi bir kişinin kristal küreye sahip olduğu söylenebilir. Kristal küreye sahip olan herhangi bir kişi açısından ise yalnızca ve yalnızca 0 ya da 1 değerlerinde öznel olasılıklar vardır. Oysa nesnel olasılıklar çoğu kez 0 ile 1 arasındadırlar. Bu da kristal küreye sahip olan kişiler açısından öznel ve nesnel olasılıkların eşit olamayabilecekleri anlamına gelir. Şu örnekte bu durumu görmek olanaklıdır: Bir hava durumu sunucusu "Bugün yağmur yağma olasılığı %75'tir" dediğinde nesnel olasılığı dile getirmiş olur. Bu hava durumu sunucusunu dinleyenler geleceği öngörmeyi sağlayan bir tümceden yoksunsalar öznel olasılıklarını 0.75 sayısına eşit olacak biçimde ayarlayabilirler. Ancak geleceği öngörme olanağı sağlayan bir tümcesi olanlar hava durumu sunucusunun söylediklerine değil, bu tümcelerine bakarlar. Romatizma ağrıları yağmur yağmasının

⁶ Bu örnek Maher (2010)'deki bir örneğin değiştirilmiş bir biçimidir.

belirtileri ise o zaman “Romatizma ağrıları nüksetti” ya da “Romatizma ağrıları nüksetmedi” gibi tümceler kristal küre olarak işlev görürler. Böyle tümceleri olan bir kişi öznel olasılığını 0.75 olarak değil, ilk tümcede 1, ikincisinde 0 olarak belirler.

3.1.2. İki Olasılık Arasında İşbirliği Yapılabilmesi Durumları

Leonard Jimmie Savage’ye (1951) göre geleneksel olarak kabul edilir ki istatistiğin merkezsel sorunu istatistiksel çıkarımlar yapmaktır. İstatistiksel çıkarımlar yapmak ise eksik bilgiye dayalı olarak ussal, güvenilir ve bilgiye dayalı tümceler elde etmektir. İki olasılık arasında işbirliği örnekleri olarak kendilerini ortaya koyan açıklama ve öngörme etkinlikleri ise böyle tümceler elde etme biçimleri olarak görünürler.

3.1.2.1. Açıklama ve Öngörme

Carl Gustave Hempel ile Paul Oppenheim birlikte yazdıkları bir makalede açıklamanın “Ne? (*What?*)” sorusundan çok “Neden? (*Why?*)” sorusunu yanıtlama olduğunu söylerler (Hempel-Oppenheim, 1948). Ernst Nagel de bu görüşü paylaşır. Ernst Nagel (2013, s. 30) ilk kez 1979 yılında yayınlanan “Bilimin Yapısı (*The Structure of Science*)” adlı yapıtında şunu söyler: Açıklama demek olup bitenler neden olup bitiyor sorusunu yanıtlamak demektir. Carl Gustave Hempel’in ve Ernst Nagel’in açıklama yordamları benzerdir. Ortada açıklanacak olaya ilişkin bir tümce vardır. Bu tümce tümdengelimle öncüllerden çıkarılacaktır. Carl Gustav Hempel buna *explanandum* der (Ernst Nagel bunu *explicatum* diye adlandırır). Bir de onu açıklamakta kullanılacak tümceler vardır. Carl Gustave Hempel’e göre bunlardan en az biri yasa niteliğinde tümce olmalıdır. Söz konusu tümcelere öncüller denir. Carl Gustav Hempel öncülleri *explians* diye adlandırır. Açıklama demek, *explanandum* tümcesini öncüllerden türetmek demektir.

Açıklanacak pek çok olgu sıralanabilir: Yazın elektrik telleri neden uzar? Sabahları toprağı, çimenleri, yaprakları neden kırağı kaplar? Yağmur çiselediğinde sırtını güneşe dönen gözlemci neden gökkuşağı görür? Bu ve bunun gibi sorulardan herhangi birini yanıtlayarak yapılacak bir açıklamanın başarılması çıkarım için temel oluşturacak doğa yasalarını ve başlangıç koşullarını dile getiren tümcelerin varlığına bağlıdır. Carl Gustav Hempel’e göre açıklama ile öngörme yordamları arasındaki tek fark açıklanacak olgunun geçmişte, öngörülecek olgunun ise gelecekte olması olduğundan benzer bir söz öngörme etkinliği için de yinelenebilir. Onun en çok eleştirilen savı bu konuyla ilgilidir ve o da “Geçmişteki bir olguyu açıklamada ve gelecekteki bir olguyu öngörmede yararlanılacak yordam aynıdır” biçiminde dile getirilebilir. Bu konuda geniş bir inceleme için Salmon (1989) önerilebilir. Carl Gustav Hempel gerek açıklama, gerekse öngörme için iki yordam önerir (Hempel-Oppenheim, 1948; Hempel, 1965, s. 131; Tağman, 2014):

(i) D-N yordamı: Bu yordam adını *deductive-nomological* sözcüklerinin baş harflerinden alır. Söz konusu sözcükler de tümdengelimsel-yasaya dayalı anlamlarına gelir.

ii) I-S yordamı: Bu yordam adını *inductive-statistical* sözcüklerinin baş harflerinden alır. Söz konusu sözcükler de tümevarımsal-istatistiğe dayalı anlamlarına gelir. Kimi yazarlar istatistiğe dayalı tamlaması yerine olasılığa dayalı tamlamasını kullanmaktadırlar. Burada da bu tutum yeğlenmektedir.

İlk yordam en yalın biçimde şöyle dile getirilebilir:

(1) Kesin Yasa⁷

(x) $Px \rightarrow Qx$

(2) Başlangıç Koşulu

Pa

(3) Açıklanacak ya da Öngörülecek Tümce

Qa

⁷ Mittelstaedt-Weingartner (2005, s. 18) içindeki *strict or dynamical law* karşılığı olarak önerilmektedir.

Burada tümellikle ilgili olan x simgesi herhangi bir varlığı, tekillikle ilgili olan a simgesi de şimdi şurada olan varlığı gösterir. (x) simgesi her x demektir. Onun önünde yer alan P ve Q harfleri yüklemeleri; Px ve Qx ise “ x , P 'dir” ve “ x , Q 'dur” tümcelerini gösterir. “ \rightarrow ” imi bir yönlü gerektirme anlamına gelen mantıksal “ise”dir. Buna göre “ $Px \rightarrow Qx$ ” simgesi “Bir varlık P ise o varlık Q 'dur” ya da “Bütün P 'ler Q 'dur” biçiminde okunabilecek bir yasadır. Özel bir durum olarak P =“Isınan tel” ve Q =“Uzayan tel” olursa kesin yasa “Bütün ısıtılan teller uzar” ya da “Herhangi bir tel ısınır ise o tel uzar” biçimine bürünür. Bu durumda yukarıdaki açıklama kalıbı şöyle dile getirilebilir:

(1) Kesin Yasa

Bir tel ısınır ise o tel uzar.

(2) Başlangıç Koşulu

Şimdi şurada olan tel ısındı.

(3) Açıklanacak Tümce

O nedenle şimdi şurada olan tel uzadı.

Yukarıdaki anlatımlar “Şimdi şurada olan tel neden uzadı?” sorusunu yanıtlamakta oldukları için Carl Gustav Hempel'in gözünde bir açıklama kimliğini kazanmaktadır. Bu yordamı öngörme yordamına dönüştürmek için zaman kiplerini değiştirmek yeterlidir.

Yukarıda dile getirilen açıklamanın ya da öngörmenin ne öncüllerinde, ne de varlığında olasılık vardır. Tümdengelimsel açıklamalarda ya da öngörmelerde olasılık yoktur. Olasılık tümevarımsal açıklamada ve öngörmede vardır. Carl Gustav Hempel'in anlatımıyla I-S olarak gösterilen ve tümevarımsal-olasılığa dayalı açıklama ya da öngörme yordamının en yalın biçimi şöyledir:

(1) Olasılıksal Yasa⁸

(x) Prob ($Px \rightarrow Qx$)= r

(2) Başlangıç Koşulu

Pa

(3) Açıklanacak ya da Öngörülecek Tümce

Prob (Qa)= r

D-N yordamında olduğu gibi I-S yordamında da x , “herhangi bir varlık”; a “şimdi şurada olan varlık”, P ve Q yüklemeler; Px ve Qx ise tümceler, \rightarrow imi bir yönlü gerektirme imi (mantıksal ise imi) olmaktadır. Olasılıksal yasadaki ve açıklanacak ya da öngörülecek tümcedeki r ise olasılıktır. İlki nesnel, öteki öznel. Prob işlevi olasılık işlevidir. Tümdengelimsel açıklamada öncüller ile sonuç tümcesi arasında tek çizgi varken tümevarımsal açıklamada çizgi sayısı ikiye çıkmaktadır. İki çizgi çıkarımın olasılıksal niteliğini anlatır.

Yukarıdaki yordamı anlayabilmek için şu özel durum incelenebilir: P =“Zil zurna sarhoş araba süren herhangi bir kişi” ve Q =“Trafik kazası yapan herhangi bir kişi” olsun. Söz konusu edilen yordama göre açıklama ya da öngörme kalıbı şöyle anlatılabilir:

⁸ Mittelstaedt-Weingartner (2005, s. 18) içindeki *statistical law* karşılığı olarak önerilmektedir.

(1) Olasılıksal Yasa (Olasılık Düzeyi= r)

Herhangi bir kişi zil zurna sarhoş araba sürer ise o kişi çok yüksek bir olasılıkla trafik kazası yapar.

(2) Başlangıç Koşulu

Şu kişi zil zurna sarhoş araba s.

(3) Açıklanacak Tümce (Olasılık Düzeyi= r)

O kişi çok yüksek bir olasılıkla zil zurna sarhoş araba sürdüğü için trafik kazası yaptı.

Bu açıklamada “Şu kişi neden trafik kazası yaptı?” sorusu yanıtlanmaktadır. Bu yanıt “Neden?” sorusunun yanıtı olması nedeniyle bir açıklamadır. Her açıklamada olduğu gibi bu açıklamada da olmuş bitmiş bir olay vardır. Buradaki örnekte bir kişinin yapmış olduğu bir trafik kazası olmuş bitmiştir. Salt bu olay gözlemlenmemiştir, ondan başka trafik kazası yapan kişinin zil zurna sarhoş araba sürdüğü de saptanmıştır. Trafik kazası başka nedenlerle de gerçekleşmiş olabilir, ancak yüksek bir olasılıkla inanılmaktadır ki trafik kazası yapan kişi zil zurna sarhoş araba sürdüğü için (başlangıç koşulu) trafik kazası yapmıştır. Yukarıdaki açıklama kalıbını öngörme kalıbına dönüştürmek için zaman kiplerini değiştirmek yeterlidir.

Carl Gustav Hempel I-S açıklama yordamındaki r olasılığının çok yüksek olması gerektiğini dile getirir. Bunun nedeni açıklamanın doğruluğuna yönelik inancı yükseltmektir. Ancak şu da bir gerçektir ki olasılığın çok yüksek olması açıklamanın doğruluğunu güvence altına alamaz. Olasılık çok yüksek olsa bile yukarıdaki açıklama yanlış olabilir. Örnek olarak henüz saptanamamış bir neden trafik kazasına yol açmış olabilir. Zil zurna sarhoş araba süren kişi yolda giderken kalp krizi geçirmiş ise trafik kazası o nedenle gerçekleşmiş olabilir. O zaman yukarıdaki açıklama doğru olmaz. Öyleyse I-S açıklama yordamındaki r olasılığı açıklamaya kesinlik değil, yalnızca çok yüksek olasılıklı olma (ussal temele dayalı olarak inanılır olma) özelliğini kazandırır. Carl Gustav Hempel düşük olasılıklı yasaların açıklamalarda kullanımını reddeder (Kitcher-Salmon, 1989, s. 61). Örnek olarak sigara içen insanların kanser olma olasılığı %20 ise bu yasa açıklamada kullanılamaz; çünkü olasılık yüksek değildir. İnsanlardaki kanser olma olasılığının %2 iken sigara içen insanlardaki kanser olma olasılığının kat kat artarak %20'ye ulaşması bile bu durumu değiştirmez. Carl Gustav Hempel'in böyle bir özellik sergileyen açıklama yordamı pek çok kez eleştirilir. Eleştirenlerden biri Isaac Levi'dir. Ona göre Carl Gustav Hempel'in tümevarımsal-olasılığa dayalı açıklama ve öngörme yordamı ya bütünüyle bir yana bırakılmalı, ya da çok geniş kapsamlı olarak düzeltilmelidir (Levi, 1969). Wesley C. Salmon da I-S yordamını eleştirir. O, sigara içme ile kanser olma arasındaki olasılık bakımından yüksek olmayan ilgililik (*relevance*) durumunun I-S yordamında kullanılamazlığını arızalı bir durum olarak görür ve kendi S-R yordamını (*statistical-relevance model*) önerir (Salmon, 1989, s. 62). Bu yeni yordamda olasılıksal yasa ilgililik temeli üstünde yükselen ancak çok yüksek değerler almak durumunda olmayan bir olasılıksal yasadır. Öyleyse Wesley C. Salmon açıklama ya da öngörme yordamlarındaki olasılıksal yasa konusunda bir yenilik getirmiş olmaktadır. Bu durumda şu soru yöneltilebilir: S-R yordamında olasılıksal yasa değişirken öznel ve nesnel olasılıklar arasındaki işbirliği değişmekte midir? Yanıt olumsuzdur. İki olasılık arasındaki ilişkide herhangi bir değişiklik olmaz. Öznel olasılık ile nesnel olasılıklar bu yordamlarda da işbirliklerini gene sürdürürler. Wesley C. Salmon I-S yordamıyla ilgili bir eleştiri daha yapar. Bu eleştiri olasılıksal yasadaki olasılığın anlamlandırılması konusundadır. Wesley C. Salmon bu olasılığın yatkınlık (*dispositional probability*) ya da yönelim (*propensity*) olduğundan kuşkuludur. O bu kuşkularını Paul Humphreys ile yaptığı konuşmalardan elde eder. Paul Humphreys ise 1985 yılında yazdığı bir makalede yönelimci olasılığın neden olasılık olamayacağını anlatmaya çabalayan kişidir (Humphreys, 1985).

Buradaki çalışma açısından şu söylenebilir: Paul Humphreys'in tümevarımsal yasadaki olasılığın ne olduğu konusunda Wesley C. Salmon'da yarattığı kuşkuların haklı olup olmaması buradaki çalışma açısından herhangi bir fark yaratmamaktadır. Çünkü bu kuşkular nesnel ve öznel olasılıklar arasındaki işbirliği gerçeğini değiştirmemektedir. Tümevarımsal yasadaki olasılık nesnel olasılıktır ve bu da uzun dönemdeki göreceli sıklık ile ölçülmektedir. Açıklanacak tümcedeki olasılık ise hâlâ öznel kalmayı sürdüren bir olasılıktır; çünkü bu olasılık açıklanacak tümceye duyulan inanç düzeyini göstermektedir.

SONUÇ

Janus yüzlü olasılık, öznel ve nesnel olmak üzere iki olasılığın var olduğunu dile getiren bir anlatımdır. Bu anlatım tarihin bütün dönemlerinde değil ise de en azından iki döneminde içten gelen bir onama duygusuyla benimsenebilecek niteliktedir. İlk 1654 ile 1837 arasındaki, öteki ise 1945'te başlayıp süreduran dönemdir. İlk dönemde filozoflar ve matematikçiler olasılığa baktıklarında tek bedende yuvalanan iki ruh görürler: Bir sonucun olup bitmesindeki kolaylık düzeyi ile o sonucun olup biteceğine duyulan inanç düzeyi. Böyle gördüklerinden ötürü de Janus yüzlü olasılık tamlamasını içten gelen bir onama duygusuyla benimseyebilirler. Oysa 1837-1843 yıllarında yaşayan filozoflar ve matematikçiler öncülerine göre bambaşka bir yol tutarlar: Bir bedendeki iki ruhu birbirlerinden kesin bir biçimde ayırırlar. Onlardan birini öznel olasılık, öbürünü nesnel olasılık diye adlandırılması yoluna girerler. Sonra da "Hangi olasılık gerçek olasılıktır?" diye tartışırlar. Tartışmalarla geçen uzun bir dönem içinde olasılıklardan birini onayıp ötekini yadsırlar ancak ikisini birden onamazlar. Olasılıklardan salt birini gerçek olasılık diye değerlendirirler, ötekini ise öyle değerlendirmezler. O nedenledir ki bu dönem matematikçilerinin ve filozoflarının Janus yüzlü olasılık tamlamasını içten gelen bir onama duygusuyla benimseyebileceklerini ileri sürmek tutarlılıkla bağdaşmaz. Tek olasılıkçılığın bir ürünü olan bu tutum 1945 yılına dek dipdiri kalır. Ne var ki, 1945 yılından sonra Rudolf Carnap'ın çığır açan çalışmaları nedeniyle iki olasılıktan birini yadsıyıp öbürünü onama tutumu artık sürdürülemez olur. Böylece tek olasılıkçılığı geride bırakan yepyeni bir dönem başlamış olur. Elbette bu yeni dönemde filozofların ve matematikçilerin hepsinin değil ise de bir bölümünün Janus yüzlü olasılık tamlamasını içten gelen bir onama duygusuyla benimsemeye yatkınlaştıkları kabul edilebilir. Ancak bunu yaparken şu gerçeği de gözden ırak tutmamak gerekir: Bu yeni dönemdeki Janus yüzlülük eski Janus yüzlülüğün geri gelmesi niteliğinde değildir. Çünkü iki döneme ilişkin Janus yüzlülükler bambaşkadırlar. İlk dönemdeki Janus yüzlülük iki olasılığın kaynaşması biçimindedir. Olasılıklardan biri öbüründe yitip yok olmuş gibidir. O nedenle olasılığa bakan bir kişi onda öznel ve nesnel gerçekliklere ilişkin ölçüler olma özellikleri görse bile onları ayrı ayrı ölçüler olarak değil, tek bir ölçü olarak değerlendirir. Oysa 1945'ten sonra gelen yeni dönemdeki Janus yüzlülük tek bedende iki ayrı ruh değil, iki ayrı bedende iki ayrı ruh olma biçimindedir. Öznel ve nesnel olasılıklar çatışmaksızın ve biri ötekinde, öteki berikinde yitip yok olmaksızın varlıklarını sürdürmektedirler. Çatışma değil, işbirliği konusu olmaktadır. İki olasılığın böyle bir ilişki içinde olmaları buna gereksinim duyulması nedeniyledir. Özellikle tümevarımsal açıklama ve öngörme yordamlarında iki olasılığın varlığına da gereksinim duyulduğu için iki olasılık arasında çatışma değil de işbirliği kaçınılmaz olmaktadır. Bu da Janus yüzlü olasılık tamlamasının yeni dönemdeki matematikçilerce ve filozoflarca içten gelen bir onama duygusuyla benimsenmesini kolaylaştırdığı gibi, onu bilimin gözde bir tamlamasına da dönüştürmektedir.

KAYNAKÇA

- Arntzenius, F ve Hall, N. (2003). On What We Know About Chance. *British Journal of Philosophical Science*, 54(2), 171-179.
- Carnap, R. (1945). The two concepts of probability. *Philosophy and Phenomenological Research*, 5(4), 513-532.
- Chaitin, G. (1975). Randomness and mathematical proof. *Scientific American*, 232, 47-52.
- Cooper, N. (1965). The concept of probability. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 16 (63), 226-238.
- Çalışkan, M. A. (2018). *Rastlantı*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Daston, L. (1994). How probabilities came to be objective and subjective. *Historia Mathematica*, 21, 330-344.
- Eagle, A. (2005). Randomness is unpredictability. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 56(4), 749-790.
- Fiş, R. (1995). *Ben de halimce Bedreddinem*. M. Beyhan (Çev.). İstanbul: Yön Yayıncılık.
- Galavotti, M. C. (2005). *Philosophical introduction of probability*. Stanford: CSLI Publications.

- Gillies, D. (2000). *Philosophical theories of probability*. London: Routledge.
- Hacking, I. (1991). *The emergence of probability*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hempel, C. G. (1965). *Aspects of scientific explanation and other essays in the philosophy of science*. Toronto: Collier-Macmillan.
- Hempel, C. G. ve Oppenheim, P. (1948). Studies in the logic of explanation. *Philosophy of Science*, 15(2), 135-175.
- Herakleitos (2003). *Kırık taşlar*. E. Alova (Çev.). İstanbul: Bordo Siyah Yayınevi.
- Herakleitos (2005). *Fragmanlar*. C. Çakmak (Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Hume, D. (2017). *İnsanın anlama yetisi üzerine bir soruşturma*. F. B. Aydar (Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Humphreys, P. (1985). Why propensities cannot be probabilities? *The Philosophical Review*, 94(4), 557-570.
- Kitcher, P. ve Salmon, W. C. (1989). *Scientific explanation*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Kolmogorov, A. N. ve Uspensky, V. A. (1988). Algorithms and randomness. *SIAM Theory of Probability and Applications*, 32, 3.
- Kyburg, H. E. (1972). Randomness. *Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association*, 1972, 137-149.
- Laplace, M. de P. S. (2012). *A philosophical essay on probabilities*. London: John Wiley and Sons.
- Levi, I. (1969). Are statistical hypotheses covering laws? *Synthese*, 20(3), 297-307.
- Lewis, D. (1980). A subjectivist's guide to objective chance. R. C. Jeffrey, *Studies in Inductive Logic and Probability II*, Berkeley: University of California Press içinde. (s. 263-293).
- Maher, P. (2010). Bayesian probability. *Synthese*, 172(1), 119-127.
- Mittelstaedt, P. ve Weingartner, P. A. (2005). *Laws of nature*. Berlin: Springer-Verlag.
- Nagel, E. (2013). *Bilimin yapısı*. A. Yardımlı (Çev.). İstanbul: İdea Yayınları.
- Poincaré, H. (1912). Chance. *The Monist*, 22 (1), 31-52.
- Popper, K. R. (1959). The propensity interpretation of probability. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 10 (37), 25-42.
- Ruelle, D. (1995). *Rastlantı ve kaos*. D. Yurtören (Çev.). Ankara: Tübitak Yayınları.
- Salmon, W. C. (1989). *Four decades of scientific explanation*. Pittsburg: University of Pittsburg Press.
- Savage, L. J. (1951). The theory of statistical decision. *Journal of the American Statistical Association*, 46 (253), 55-67.
- Strevens, M. (1995). A closer look at the "new principle". *The British Journal for the Philosophy of Science*, 46, 545-561.
- Strevens, M. (1999). Objective probability as a guide to the world. *Philosophical Studies*, 95(3), 243-275.
- Tağman, S. E. (2014). *Bir söylem kümesi olarak açıklamanın yöntembilimsel ve tarihsel temelleri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı, Bilim Tarihi.
- Thau, M. (1994). Undermining and admissibility. *Mind*, 103, 491-505.
- Zabell, S. L. (2011). The subjective and the objective. *Handbook of Philosophy of Statistics*, 7, 1149-1174.

Hizmet Sektöründe Kadın Girişimciler: Çorum Araştırması

Dr. Öğretim Üyesi Hülya Çağırın Kendirli^{1*}
Şükran Ayça Şenöz²

Geliş tarihi: 02.01.2019

Kabul tarihi: 15.02.2019

Atıf bilgisi:

*Uluslararası Bilimsel
Araştırmalar Dergisi (IBAD)*

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 93-118 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 15%

¹ Hitit Üniversitesi, Türkiye,

hulyacagiran Kendirli@hitit.edu.tr,

ORCID ID 0000-0002-1526-0337

² Hitit Üniversitesi, Türkiye,

aycasenoz@hitit.edu.tr,

ORCID ID 0000-0001-7792-4170

* Sorumlu yazar

ÖZ

Günümüzde sosyal ve endüstriyel değişimler kadının iş hayatına girmesinde önemli bir etkidir. Teknolojideki yeniliklerin günden güne artması sebebiyle bilgiye erişmenin kolaylığı eğitilmiş kadın sayısında artışa neden olmuştur. Bu anlamda girişimcilik kadınlar için daha cazip iş alanlarının açılmasını sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Çorum'da faaliyet gösteren kadın girişimcilerin hem cinsiyete dayalı girişimci özelliklerinin ve niteliklerinin belirlenmesi, hem de hizmet üretimi bağlamında değerlendirilmesidir. Bu çerçevede, kadın girişimcileri üretim sektörüne yönlendirmek adına bu çalışmada önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kavramlar: Girişim, Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Hizmet Üretimi

Women Entrepreneurs in The Service Sector: Corum Research

Asst. Prof. Dr. Hulya Cagiran Kendirli^{1*}
Şükran Ayça Şenöz²

First received: 02.01.2019

Accepted: 15.02.2019

Citation:

*Journal of the International
Scientific Research (IBAD)*

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 93-118 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 15%

¹ Hitit University, Turkey,
hulyacagirankendirli@hitit.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-1526-0337

² Hitit University, Turkey,
aycasenoz@hitit.edu.tr,
ORCID ID 0000-0001-7792-4170

* Corresponding Author

ABSTRACT

Today, social and industrial changes are important factors for women to enter the business world. Since the innovations in technology have increased day by day, the ease of access to information has led to an increase in the number of educated women. In this sense, entrepreneurship provides more attractive work areas for women.

The aim of this study is to determine both the gender-based entrepreneurial characteristics and qualifications of women entrepreneurs in Çorum and to evaluate them in the context of service production. In this framework, suggestions were made in this study in order to direct women entrepreneurs to the production sector.

Keywords: Initiative, Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship, Service Production

GİRİŞ

Girişimcinin, üretim elemanlarını bir araya toplayarak iktisadi ürün veya hizmeti insan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde piyasaya sunacak ortam bulması ya da imkan oluşturması ekonominin geliştirilmesine büyük bir katkı sağlamaktadır. Teşebbüste bulunan bireyler, pazarları takip edip insanların ihtiyaç ve isteklerini analiz etmektedir. Bununla birlikte girişimciler, mevcut talebin dışında yeni talepler de oluşturabilen, tüketici ihtiyaç ve isteklerindeki farklılaşmayı zamanında analiz eden, üretim kaynaklarını bir araya getirerek üretim yapabilen ve rekabetten kaçınmayan bireylerdir. Girişimciler rekabet etmekten kaçınmak yerine, rekabet unsurunu varlığının temel gereklerinden biri olarak kabul etmektedirler.

Bu doğrultuda girişimcileri risk almaktan ve sorumluluk almaktan korkmayan, atik ve üretken bireyler olarak nitelendirmek yanlış olmayacaktır. Teşebbüste bulunan bireyler için ekonomik fayda sağlama, bahsedilen temel çabaların neticesinde kendiliğinden elde edilmektedir. Tabii ki bu ödül, şartları iyi değerlendiren ve doğru zamanda, doğru yerde hayallerini hayata geçiren girişimciler için mümkündür. Girişimcilik, temelde bireyin içindeki güdü ile başlamaktadır.

Girişimcilik, bireyin, bağımsız ya da herhangi bir kuruluş içerisinde, bir fırsatı belirleyip yeni bir değer meydana getirerek ekonomik fayda sağlamak adına belirlenen fırsatın peşini bırakmadan üzerine gitme güdüsünü ve bu güdünün düzeyini ifade etmektedir. Teşebbüste bulunan birey, mevcut bir piyasaya dâhil olmak ve rakiplerle mücadele etmek, dâhil olunan piyasayı değişime uğratmak ve hatta yeni bir piyasa oluşturmak adına yaratıcı düşünceden veya inovasyondan (Erdemir ve Palaz Erdemir, 2016, s. 59-78) faydalanmaktadır.

Girişimciliğin sadece gerçekleştiren bireye değil, ülke ekonomisine ve topluma da birçok faydası bulunmaktadır. Bunlar arasında, yeni istihdam ya da istihdam alanları oluşturulması, işsizlik oranının düşürülmesi, iktisadi kalkınmaya destek olunması, yeni iş kollarının geliştirilmesi, yaşam kalitesinin yükseltilmesi, refahın toplumsal tabana yayılmasına destek olunması gibi etkilerin yanında dengesiz bölgesel gelişmişliğin ortadan kaldırılması, geliştirilen yeni buluşların insana faydalı ürün veya hizmetlere dönüştürülmesi, toplumun değişim ve gelişim süreçlerinde destek olunması gibi ekonomik ve sosyal etkileri de bulunmaktadır. Kadınların girişimci olmalarının sebepleri incelendiğinde, çoğunlukla iktisadi koşulların zorlaşmasından kaynaklanan maddi ihtiyaçların karşılanması ve çalışarak gelir elde etme imkanlarının olmaması (işsizlik) gibi nedenler ortaya çıkmaktadır. Bu arada cinsiyetle ilgili fiziki yapılarına bağlı olarak iş bulma imkânlarının sınırlı olmasının da etkisi söz konusudur.

Bu çerçeve içerisinde bu çalışmanın amacı; girişimciliğin öneminin ve özelliklerinin açıklanması, girişimciliğin ekonomik ve sosyal gelişmeye etkisinin incelenmesi, hizmet üretiminde kadın ile erkek girişimcilerin karşılaştırılmasının yapılması ile birlikte hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yerinin Çorum ili esas alınarak bir değerlendirilmesidir. Çalışma literatür taramasının yanında Çorum ilinde gerçekleştirilen anket çalışması ile de desteklenmiştir.

ÜRETİM, HİZMET VE GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Üretim ve Hizmet Kavramının Tanımı ve Önemi

İşletmenin üç temel fonksiyonundan biri olan üretim; ekonomistlere göre her türlü fayda sağlamak veya iktisadi mal/hizmet meydana getirmek, mühendislere göre fiziki bir varlığın üzerinde onun değerini arttıracak değişim uygulamak (hammaddeyi kullanılabilir ürüne dönüştürmek gibi), işletmecilere göre ise fayda üretmek (hammaddeyi fiziksel veya kimyasal yollar kullanarak değiştirmek) ve böylece tüketicilere faydalı mal veya hizmet sunmak anlamına gelmektedir. Bu farklı ifadeler bağlamında üretimin temel amacı ise, bir mamul veya bir hizmet oluşturmak ya da üretmektir. Üretilen mal bir başka işletmenin hammadde kaynağı olabileceği gibi nihai tüketim ürünü de olabilmektedir. Bir başka açıdan ele alacak olursak hizmetler de insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir faaliyet olduğu ve ülke ekonomisine katkıda bulunduğu için üretim faaliyeti olarak sayılmaktadır (Kobu, 2017, s. 4).

Üretim sadece bir ürünün meydana gelmesi adına yapılan faaliyetler ile sınırlı değildir. Bir ürünün oluşumunda ürüne değer katan veya değerini arttıran faaliyetler de üretim olarak tanımlanmaktadır (Yamak, 1999, s. 15). Üretim faaliyetlerinde yeni ürün meydana getirmek önemli olduğu kadar, asıl olan

üretim kaynaklarının verimli kullanılmasıdır. Bu da etkin üretim yönetiminin sağlanması ile mümkündür. Dolayısıyla üretim bir değer oluşturma ve ortaya koyma sürecidir (Russell & Taylor, 1995, s. 3).

Üretime dayalı süreçlerde ölçülebilen ve depolanabilen somut ürünler elde etmek mümkün iken, hizmet üretimi esnasında tüketiciye doğrudan değer sağlayan soyut çıktılar elde etmek mümkündür. Bu bir iş veya bir çaba gibi somut olmayan bir değer olabilir. Danışmanlık, bakım, taşımacılık, sigortacılık veya eğitim hizmetleri, hizmet sektörünün çıktılara örnek teşkil etmektedir. Hizmet sektörünün daimi olabilmesi için etkin bir imalat sektörü gerekmektedir. Mesela finansal hizmetler, sigorta, reklam ve taşımacılık gibi hizmetlerin varlığını sürdürebilmesi, sağlıklı bir imalat sektörünün varlığı ile mümkün olmaktadır (Üreten, 2006, s. 23-24).

Genel anlamda imalat ve hizmet sektörleri arasında farklılıklar bulunmakla birlikte, bu farklılıkların niteliği üretim yönetimi tekniklerinin hizmet üretimi gerçekleştiren işletmelerde kullanımını engelleyen özellikte değildir (Üreten, 2002, s. 23). Üretim ve hizmetler yönetiminde amaç, üretiminde bulunan ürün ve hizmetlerin kalite ve fiyat gibi nitelikleri ile üretici ve tüketicilerin tatmin olmasını ve talebin sürekliliğini sağlamaktır (Yüksel, 2009, s. 1).

Üretimin temelini insani taleplerin karşılanmasında etken olan ekonomik faaliyetler oluşturmaktadır. Müşteri ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet üretmek ve bunun sonucunda ortaya çıkan gelirin artırılması ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla üretim artışı hedeflenerek uygun yatırım alanlarına yönelmek ve kaynakların verimli kullanımı ekonomik gelişmenin yönünü belirlemektedir (Tekin, 2012, s. 3-5).

Girişimcilik Kavramı

Ekonomik bir kuram olarak “girişimcilik” terimi ilk defa 1759’da, İrlanda asıllı Fransız iktisatçı Richard Cantillon tarafından ortaya atılmıştır. Cantillon girişimciyi risk alma uzmanı olarak adlandırmıştır (Casson, Yeung, Basu, & Wadson, 2006, 3). Girişimcilik kavramının içeriği genişletilerek, girişimciyi bu şekilde risk alma uzmanı olarak tanımlamanın yetersiz olduğu fark edilmiş ve girişimcilğe; organize etme, planlama ve üretim faktörlerini kullanma özelliklerini ekleyerek yeni bir tanım geliştirilmesi 18. yüzyıl sonlarında mümkün olmuştur. 18. yüzyılda fon tedarik eden sermaye sahibi ile sermaye sahibinin fonlarından kazanç elde etmesini sağlayan girişimci ayrımı yapılmaya başlanmıştır (Arıkan, 2004, s. 4-6).

Literatüre bakıldığında girişimcilik kavramı üzerine farklı yazarlar tarafından yapılan pek çok tanımlara rastlanmaktadır. Girişimcilik kavramı Fransızca’ da “*entrepene*”, Almanca’ da “*unternehmen*” sözcüklerinden türetilmiştir. Türkçe’ de ise, “üstlenmek” anlamına gelmektedir (Arıkan, 2016, s. 45). Girişimcilik, evrensel olarak kabul gören tek bir tanım ve nitelendirilmiştir. Morrison (1998), girişimciliğin pazar fırsatlarını kullanmak için benzersiz bir kaynak paketini toparlayıp, değer yaratma sürecini içerdiğini ifade etmektedir.

Girişimcilik, genellikle yeni bir teşebbüs oluşturma anlamında özetlenmiştir (Kurt & Savrul, 2016, s. 343). Girişimcilik; geleneksel olarak satış veya kiralama için bir ürün, süreç veya hizmet sunan; yeni kurulmuş bir işletme gibi faaliyete geçirme ve yönetme süreci olarak açıklanmıştır (Rajavel, 2016, s. 12).

Girişimcilik ekonomik büyümenin başlıca unsurlarından biridir. Girişimci, üretim gereklerini bir araya toplayarak iktisadi ürün veya hizmet üreten ve ürettiği ürün veya hizmeti ekonomiye dönüştürebilecek ortam bulan ya da yaratan kişidir. Ekonominin oluşturulması ~~ada~~ amacıyla ihtiyaç duyulan üretim unsurlarının bir araya getirilmesi, biyolojik ya da mekanik bir işlem olmamakla birlikte insanların gerçekleştirdiği bir faaliyettir (Bozkurt vd., 2012, s. 232).

Girişimcilik; sosyal, fiziki ve ekonomik risklere katlanmak suretiyle kişisel tatmin, bağımsızlık ve maddi ödüller elde edilerek yeni bir değer meydana getirme aracıdır. Bu tanımda da görüleceği üzere girişimci olmanın dört temel özelliği vurgulanmaktadır (Atik, 2002, s. 3-4): Bunlardan ilki, girişimciliğin yaratıcılık ve yenilik sürecini barındırması gerektiğidir. İkincisi, girişimcilik sürecinde gerekli zaman ve çabanın ayrılması gerektiğini vurgular. Girişimcilikte gerekli riskleri üstlenmek, girişimciliğin bir diğer

yönünü oluşturmaktadır. Sonucusu ise bağımsızlık, kişisel tatmin ve maddi ödüller gibi girişimciliğe yönlendiren sosyolojik etkenlerdir.

Girişimciliğin bir diğer tanımı; maddi kazanç ve kişisel tatmin elde etme sürecinde katma değere sahip farklı şeyler meydana getirmek amacıyla, gerekli zamanı ayırıp, çaba göstererek siyasi, ekonomik ve psikolojik risklerin alınmasıdır (İlter, 2010, s. 8). En genel anlamıyla girişimcilik fırsatlardan yararlanabilme ve yeni fırsat oluşturabilme amacıyla üretim girdilerini örgütlenme yeteneği ve risk alma özelliklerini kullanarak çıktıya dönüştürmek olarak tanımlanmaktadır (Tosunoğlu, 2003, s. 1). Girişimcilik kavramı literatürde pek çok yazar tarafından farklı boyutlarıyla ele alınmıştır. Bu konu ile ilgili bütün tanımlamaların ortak noktası girişimciliğin ekonomik imkanları yeni değerlere dönüştüren bir fırsat olarak nitelendirilmesidir (Yörük ve Ağca, 2006, s. 160).

Bir ekonomide üretimin vazgeçilmez unsurlarından biri de girişimciliktir. Emek, sermaye gibi üretim faktörleri girişimcilik kabiliyeti ile desteklendiğinde kaynakların verimli kullanımı söz konusudur. Bu özellikleri ile girişimciler günümüzde etkin konumdadırlar (Küçükaltan, 2009, s. 21).

Girişimcilerin en büyük amaçlarından birisi, toplumun ihtiyaç ve beklentilerini doğru analiz edip, onların daha rahat bir hayat sürmelerini sağlamak ve gelir artışına paralel olarak istihdam hacmini orantılı bir şekilde arttırmaktır. Girişimcilerin gerçekleştireceği projelerde önemli olan milli gelir düzeyini arttırmaya yönelik yatırımlardır. En yüksek faydayı sağlamak için; bu bağlantı içerisinde işsizlik problemleri, ücret eşitlikleri, üretim ağırlıklı teşvikler, dış bütçe imkanları ve olabildiğince yerli kaynaklardan faydalanmak gibi verileri gözden kaçırmamak önemlidir. Bir girişimci için para motivasyon sebebi değil motivasyon aracı olmalıdır. Başarı, motivasyonun ana faktörüdür, para ise sonuçta elde edilen ödüdür (Arıkan, 2004, s. 41).

Üretim ve Girişimcilik İlişkisi

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınma düzeyinin belirlenmesinde girişimciliğin payı büyüktür. Ülkedeki girişimcilik olgusu, girişimciliğin oluşması için gerekli olan altyapı, girişimcilik kültürü ve bu konu üzerine kurulan strateji ve politikalara bağlıdır (Alkan, 2014, s. 17). Girişimciler üretim kaynaklarını farklı şekillerde birleştirerek kullanımı olmayan üretim girdilerini tekrar kullanıma sunar. Dolayısıyla girişimci, iktisadi kaynakların düşük üretkenlik alanlarından verimliliği yüksek alanlara aktarılma sürecinde etken faktördür. Bu yönüyle girişimci toplumsal refaha katkıda bulunan ve toplumsal fayda sağlayan en önemli bileşendir (Tekin, 2005, s. 9).

Girişimci kendisinin ve bir başkasının meydana getirdiği değerleri ekonomiye kazandırmaktadır. Bu çerçevede yapılan en ufak bir yenilik ve değişim dahi üretim sürecine olumlu etkide bulunmakta ve verimlilik artışına sebebiyet vermektedir. Yapılan yeniliğin seviyesi arttıkça ekonomiye olan katkısı da doğru orantılı olarak değişmektedir. (TÜSİAD, 2002, s. 18)

Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalar dikkate alındığında, incelenmesi gereken hususlardan birisi de girişimciliği etkileyen unsurların neler olduğudur. Girişimcilerin yaşadıkları toplumdan ve çevreden bağımsız düşünceleri son derece yanlış olur. Yaşadıkları çevreyi etkileyen söz konusu girişimcilik etkenleri kimi zaman kişisel, kimi zaman da çevresel faktörlerden kaynaklanmaktadır. Girişimciliği etkileyen birçok unsur vardır. Bunlar; sosyal çevre, aile, kültür, eğitim ve psikolojik faktörler olabileceği gibi siyasi, idari ve mali içerikli de olabilir. Bu faktörlerin girişimciliğe etkileri özetle ve ayrı ayrı aşağıda ele alınmıştır; (İraz, 2005, s. 176-178)

- **Kültür:** Kültür, tarihi ve sosyal gelişim sürecinde, bulunduğu coğrafyaya göre var olan değerlerdir. Girişimciliğin ana hususları bazı kültürlerde destek alırken, bazı kültürlerde ise henüz kabul görmemektedir.

- **Aile ve Sosyal Çevre:** Ailede alınan eğitim düzeyi, görgü seviyesi, görenek ve bunun gibi etkenler çocuğun girişimcilik arzusu ve kabiliyeti üzerinde kararsızlık yaratıcı etki, olumlu veya olumsuz etki bırakabilmektedir.

- **Hukuki, Siyasi ve İdari Faktörler:** Girişimciliğin daha rahat kök salıp gelişebilmesi için yasalarla, ekonomi politikaları ve bürokratik sistemle özendirilmesi gerekmektedir.
- **Mali Çevre:** Girişimciliğin uygulanabilmesi için öncelikle uygun bir mali ortamın sağlanması gerekmektedir.
- **Eğitim:** Girişimcinin aldığı eğitimler, gerek aile içinde gerekse eğitim kurumlarının yönlendirmesi sonucu, yaratıcılığının gelişmesine yardımcı olur. Gelişmiş ülkelerin birçoğunda bireylerin fırsatları görüp, yeni iş imkanları yaratabilmesi için bireylere ilköğretim ve lise düzeyinden itibaren girişimcilik yönünde eğitimler verilmektedir.
- **Psikolojik Faktörler:** Girişimcilerin göstermiş olduğu psikolojik davranışlar, girişimciliği doğrudan etkilemektedir.

Cinsiyetin Girişimcilik Üzerine Etkisi

Cinsiyetlere yüklenen rollerin netice olarak, girişimcilik üzerinde öncelikle önyargı açısından tesir ettiğini söylemek mümkündür. Milyonlarca kadının gayet yaratıcı şekillerde yeni iş alanları yaratması, başarılı bir biçimde iş kadınlığı ve ev kadınlığı yükümlülüklerini yerine getirmesi, her birinin iyi bir iş insanı olduğunun açık bir göstergesidir. Yapılan bu açıklamalar dikkate alınacak olursa, erkek girişimciler vakitlerinin önemli bir kısmını, günlük rutin işleri ile geçirmektedirler. Kadın girişimciler ise daha geniş ve çeşitlilik içeren, ev, eş ve çocuklarına bakmaktadırlar. Bununla birlikte, kadınlar aynı zamanda iş hayatlarını da devam ettirmek zorundadırlar. Bu durum ise kadın girişimcileri, erkek girişimcilere göre daha başarılı olmaya zorlamaktadır (Cici, 2013, s. 56).

Sosyo-kültürel faktörler ve girişimci güdüler, kültür kalıplarını ve girişimci kişileri ortaya çıkarmaktadır. Çünkü, bu etkenler, kişiye; ileri görüşlülük, risk kontrolü, sorumluluk gibi nitelikler edindirdiğinden, sonuç olarak, aktif çalışmak, işleyen bir iktisadi sistem ve aktif girişimciler ortaya çıkarmaktadır. Aktif girişimciler, yeni imkan ve fırsatlardan faydalanarak, kaynak üretimi, toplum hareketliliği, ve canlılık sağlarlar. Hedeflenen bir durum olmamakla birlikte, zaman zaman kültürün engelleyici özelliği neticesinde kişi, doğal olarak iş yapmamaya yani tembelliğe yönelir. Bu sebeple toplum, ekonomik ve sosyal hayat tesirini kaybeder. Bu yönde yapılan çalışmalar özgürlükçü, açık/esnek ve serbest piyasa şartlarının girişimcilik kapasitesini yükselttiğini ortaya çıkarmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007, s. 18)

Cinsiyet etkeninin meydana getirdiği roller, girişimcilere sektör seçimi için daha belirleyici olmaktadır. Kadın girişimcilerde sektör tercihi hizmet üzerine olurken, erkeklerde ise üretim, inşaat ve teknoloji sektörü olmaktadır. Bu da kadınların erkeklere göre küçük ölçekli işletmelere sahip oldukları anlamına gelmektedir (Hisrich ve Peters, 1998, s. 78-80).

KADIN GİRİŞİMCİLİK VE ÜRETİMDEKİ YERİ

Kadın Girişimciliği Kavramı

Bu konuda yapılmış bütün bilimsel araştırmalarda kadın girişimci, evinin haricinde yalnız, bir veya birkaç ortakla ya da çalıştırdığı elamanlarıyla beraber kurduğu işletmesi ile ilgili özel ve tüzel kurumlarla iletişim kurabilen, kazancını kendi tasarrufları doğrultusunda özgürce kullanabilen, risk yüklenebilen kimse olarak ortaya çıkmaktadır (Erktürk, 2015, s. 42).

'Kadın girişimciliği' kavramı, genel olarak 'girişimcilik kavramı' ile ilişkilendirilerek tanımlanmıştır. Bazı yazarlar kadın girişimcileri işletme sahibi olarak adlandırırken bazıları ikinci kuşak işletme sahibi olan kadınları da kadın girişimci olarak ele almaktadır. Bazı kaynaklar ise kadın girişimciliğinden küçük girişimler olarak bahsetmektedir (Gökakın, 2000, s. 109).

Dhillon (1993) kadın girişimciliğini, kendi işinin sahibi olan, tek çalışan veya elemanlarıyla beraber çalışan, mal veya hizmet üretilip pazara sunan, olası acil durumların üstesinden gelebilen ve yeni durumlara kolaylıkla uyum sağlayabilen kadını, 'girişimci kadın' olarak adlandırılmaktadır (Dhillon, 1993, s. 101). Sinanoğlu-Koç (2005) ise genel olarak kadın girişimciliği, işletme sahibi kişi olarak risk alarak ekonomik, yönetsel ve toplumsal sorumluluklarla birlikte yeni girişimleri başlatan, işletmenin yönetimini kendi üstlenen kadın olarak tanımlamaktadır (Sinanoğlu Koç, 2005, s. 45).

Literatürdeki diğer çalışmalara bakıldığında kendi mesleğini ifa eden kadınlar girişimci olarak kabul edilmemektedir (avukat, akademisyen, doktor gibi). Bunun sebebi olarak girişimciliğin, kar ve zarar riskini göze alarak üretim faktörlerini bir araya getirme konumunda olmasıdır (Bedük, 2005, s. 73). Bir diğer tanıma göre kadın girişimci bizzat işinin başında bulunan, sahip olduğu işletmenin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenen ve işyerinde fiili çalışan kadındır. Aynı zamanda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli kullanacak tedbirleri alan, yaratıcı ve rasyonel iş fikirleri üreten, oluşabilecek risklere planlı önlemler alabilen kadındır (Saray, 1993, s. 118).

Bölgesel kalkınmanın hızlanması ve artması için, girişimciyi ve girişimcilik politikalarını desteklemek büyük önem arz etmektedir. Kadın girişimciliğinin gelişimini desteklemek, hem ekonomik kalkınmaya faydası olduğu gibi hem de kadın işsizliğine bir çözüm unsuru olarak önemli bir araç haline gelmektedir. Bu yüzden son yıllarda diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de kadın girişimciliği kavramı büyük önem teşkil etmektedir. Akademik çalışmalara ve piyasadaki girişimci algısına bakıldığında, girişimcinin piyasa açıklarını değerlendirip, hem topluma hem de kendisine fayda sağlayan üretim faktörü olduğu görülmektedir. Politikacılar, iktisadi kalkınmanın gerçekleşmesi için, yeni iş alanları yaratılmasını, girişimciliğin gelişimi ve yaygınlaşmasını destekleyecek çalışmalar yapılmasının konusunun gerekliliğini vurgulamışlardır. Bu bağlamda girişimciliğin istihdam ve iktisadi kalkınma ile bağının olduğu açık ve nettir. Küreselleşmenin tüm ekonomilerde yarattığı işsizlik ve ekonomik durgunluk, girişimcileri strateji belirlemede farklı araçlar bulma yoluna itmiştir. Girişimciliğin teşvik edilmesine yönelik stratejiler siyasetin ve iktisadın başlıca gündemi haline gelmiştir.

Globalleşme dönemiyle birlikte etkin ölçüde yaygınlaşan girişimcilik anlayışı, erkekler kadar kadınları da etkileyerek, onları iş yaşamının değişmez oyuncularına haline gelmesini sağlamıştır. Buna göre de kadının toplumdaki yeri ve öneminde anlamlı değişiklikler meydana gelmiştir (Takay vd., 2014, s. 8).

Günümüzde kadınların çalışma ortamlarında etkinliklerini arttırmaları, hem kendileri hem de toplum açısından önem arz etmektedir. Bilhassa kadının eğitilmiş, hırslı, yapıcı ve kararlı duruşu, kadını erkeğe tabi olmaktan uzaklaştırarak ekonomik güce ulaştırmakta ve toplumdaki konumunun güçlenmesine imkân vermektedir. Kadının güçlenmesini temin eden en önemli kaynak ise onun girişimci niteliğidir. Girişimcilik icrası ile kadınlar, bir yandan maddi ve manevi avantajlar sağlarken, öte yandan, özgürlük, mali imkânlar, sosyal hizmetler gibi nitelikler ile de cinsiyet ayrımcılığına yönelik ön yargıları pozitif hale getirme fırsatı elde etmiş olmaktadır (Soysal, 2010, s. 110). Girişimcilik günümüzde yeni ele alınan bir alan olmakla birlikte, sayıları az olsa da tarihte de girişimci kadınlara ve bahsi geçen türden avantajlar sağladıklarına dair örnekler kaynaklarda yer almaktadır (Erdemir, 2010, s. 104-129; Palaz Erdemir, 2018, s. 571-595). Bu örnekler, günümüz insanına kadın girişimciliği konusunda kıymetli bir motivasyon sağlayabilmesi bakımından oldukça önemlidir.

Kadın Girişimciliğinin Önemi

Günümüzde sosyal ve endüstriyel değişimler kadının iş hayatına girmesinde önemli bir etkidir. Teknolojideki yeniliklerin günden güne artması sebebiyle bilgiye erişmenin kolaylığı eğitilmiş kadın sayısında artışa neden olmuştur. Bu anlamda girişimcilik kadınlar için daha cazip bir iş alanı hale gelmektedir (Güney, 2006, s. 26).

Üretim sektörlerinin küçülmesi, bunun yanı sıra hizmet sektörünün çalışma alanı bakımından gittikçe büyümesi, istihdam oranının sanayi sektöründen hizmet sektörüne doğru kaymasına neden olmaktadır. Bu durum, hizmet sektöründe kadın çalışan ve kadın girişimci ihtiyacının artması sonucunu doğurmuştur. Kadın girişimcilerin artma sebepleri şöyle sıralanabilir (Gürol, 2000, s. 242):

- Sosyolojik ve teknolojik değişimler sonucunda kadınların eğitim seviyelerinin artması ve dolayısıyla çalışma hayatına girmeleri,
- Orta veya düşük kadrolarda çalışan kadınların, görev yaptıkları işletmelere işten atılma kaygısı güderek, kendi kendilerinin patronu olmayı talep etmeleri,
- Başarılı kadın girişimcilerin sayısındaki artışın gerçekleşmesi ile model alınabilecek insanların çoğalması,

- Cam tavan olarak adlandırılan, kadınların işletmelerde belli bir düzeye kadar yükselebileceği fikriyle hareket ederek iş kurma arzusunun gerçekleştirilmesi kadın girişimci sayısının artma nedenleri arasında gösterilebilir.

Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Kadın girişimciler, erkek girişimcilerle birçok ortak özellikler taşımaktadır. Ancak, kadın girişimciler, erkek girişimcilerden farklı olarak, aile hayatlarına paralel hareket etmektedirler. Aile hayatının sorumlulukları daha çok kadınlarca üstlenildiği için ileriye dönük ve planlı hareket etme yönünde yoğunlaşmışlardır. Bu ve benzeri nedenlerle erkek girişimciliğinden bir ölçüde farklı olan kadın girişimciliğinin özellikleri, bileşenleri açısından şöyle sıralanabilir (Bozkurt vd., 2012, s. 150).

Kadın girişimcinin;

- Merakı her zaman diridir. Merakları dolayısıyla fırsat ve tehlikeleri sezinleyebilirler.
- Düşünce yapısı bakımından daima fark oluşturabilirler, kendilerini yenileyebilirler.
- Kendisi için oluşturduğu ve uyduğu daimi kuralları vardır.
- Özgüven sahibi oldukları için, çevresine de güven aşılayabilirler.
- Hayal güçleri yüksektir. Bu sayede ayakları yere sağlam basar. Fikirlerine yön veren tutarlı bir felsefeye sahiptir.
- İş yapmak için geliştirdiği yöntemler vardır.
- Olumsuzluklarla yüzleşebilir ama pozitif bakış açısını korur.
- Tek başına karar almak yerine, düşüncesini paylaşarak ortak akıldan faydalanır.
- İşlerini sözel olarak yapmaz yazılı bilgi ve kayıt sistemi geliştirirler.
- En iyi bildiği iş üzerinde odaklanır, dikkatini ve gücünü bu alanda yoğunlaştırır.

Kadınları Girişimci Olmaya Yönlendiren Faktörler

Kadınların iş kurma nedenlerini “itme ve çekme” faktörleri çerçevesinde değerlendirecek olursak; kadınların yaşadığı ekonomik sorunları, kadınlara uygun olmayan iş programları ve kadınların cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmaları “iten faktörler” arasında değerlendirilebilir. Diğer ülkelerde yapılan çalışmalara bakıldığında, çalışan kadınların sayısındaki artışı işsizlik sorunlarıyla bağdaştıran araştırmaların olduğu görülmektedir. Kadınlar yaşadıkları ekonomik sorunlar nedeniyle girişimciliğe yönelmişlerdir. Esnek istihdam politikaları ve işçi çıkarımlarında özellikle kadınların tercih ediliyor olması kadınları küçük ölçekli işyeri sahibi olmaya yöneltmiştir. “Çeken faktörler” ise kadınların kendi hayatlarında bağımsız olma isteği, kendi işinin patronu olma arzusu, kendini gerçekleştirme ve aile ve iş ortamı arasındaki dengeyi kurma isteği şeklinde sıralanabilir. ABD’de yapılan bir araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin bağımsızlık arzusu, kendi kararlarını kontrol edebilme arzusu gibi nedenler çekme faktörlerine örnek gösterilmektedir. Bu kapsamda kadınlar, genel olarak girişimsel hedefleri doğrultusunda iş kurmakta, sadece çok az sayıda kadın ücretli çalışmada yaşanan cinsiyet ayrımlarından ötürü iş kurduğunu belirtmektedir (Yetim, 2002, s. 79-92).

Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmalarda genel olarak erkek girişimcilerin karşılaştıkları sorunlardan farklı olarak, kadın girişimcilerin cinsiyet farklılıklarından doğan farklı sorunlarla karşı karşıya kaldıkları belirtilmektedir. (Bedük, 2005, s. 113). Kadın girişimciler cinsiyet farklılıklarından ötürü erkek girişimcilere göre birtakım problemlerle baş etmek durumundadırlar. Weiler ve Bernasek tarafından yapılan çalışmada kadın girişimciliği için geçerli olan önemli iki engelden bahsedilmiştir. Bu bağlamda birinci engel kadına yönelik cinsiyet ayrımcılığı eskiye göre azalmış olmakla birlikte erkekler arasındaki işbirliğinin hala varlığını hissettirmesidir. İkinci önemli engel ise kadınların sahip olduğu işletmelerin erkeklerin sahip oldukları işletmelere kıyasla daha küçük ölçeğe sahip olmalarından ötürü gelişememesidir. Girişimciliğin temelinde varolan erkek egemen yapı nedeniyle, kredi verenler, fon sağlayanlar ve müşterilerin erkek olması sebebi ile kadın girişimciler finansman bulmada ve finansman kaynağına erişimde sıkıntı yaşamaktadırlar (Weiler ve Bernasek, 2001, s. 87).

Böylece erkeklere oranla daha fazla engellemeye ve toplumsal baskıya maruz kalmaları sebebiyle kadınlar, kamu ve özel sektörlere elde ettiği ürünleri pazarlama imkanına, finansman kaynağı bilgisine, yani bir işletmenin kurulması ve idame ettirilebilmesi aşamasında gereken bilgilere ulaşmada erkeklere göre daha fazla zorlukla mücadele etmektedir (İlter, 2010, s. 84). Kadın girişimciliği çerçevesinde tamamlayıcı düşünce yapısının sağlanamaması ve örgütlenme problemi, kurumsal farklılıklar ve kadınlara yönelik strateji geliştirme ile ilgili engeller kadın girişimciliğin gelişmesinin önündeki diğer sorunları teşkil etmektedir (İş ve Meslek Sahibi Kadınlar Derneği, 2010, s. 10). Kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları sorunları makro (eğitim düzeyi, sermaye temini) (Sipahi, 1997, s. 67; Hisrich ve Peters, 2002, s. 6; İlter, 2010, s. 94) ve mikro (güvensizlik, tecrübesizlik, rol çatışması, cinsiyet ayrımcılığı) (Kutaniş ve Alpaslan, 2006, s. 65; Küçük, 2005, s. 46; Saray, 1993, s. 118-119; Gürol, 2000, s. 216-217, İlter, 2010, s. 87-88) sorunlar olarak değerlendirmek mümkündür.

ÇALIŞMA ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE ÇORUM İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Önceki Çalışmalar ve Literatür Taraması

Yaşar (2017) yaptığı çalışmasında; kadın girişimcilerin gerek iş kurarken, gerekse iş kurma süreci sonrasında yaşadıkları sorunları belirlemeye çalışmıştır. Karşılaşılan sorunlara çözüm önerisi olarak risk alma konusunu işlemiştir. Sorunların çözümü için daha cesaretli davranmaları gerektiği üzerinde durulmuştur. Bürokratik işlemler konusunda yaşanan sıkıntıların çözümü için, bu konuda destek sağlayan kurum ve kuruluşlardan yardım alarak bir çözüm önerisi oluşturulmasını tavsiye etmiştir. Bazen gelecek planları için başka bir iş koluna yönelmenin veya başka bir bölgeye yatırım yapmanın, işletmenin geleceği bakımından verilen doğru kararlar olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır (Yaşar, 2017, s. 109-110).

Öztürk tarafından 2016 yılında gerçekleştirilen çalışmada Türkiye genelindeki kadın girişimcilerin genel profili çizilmiş, kadınların karşılaştıkları sorunlara çözüm getirilmesi ve engellerin kaldırılmasıyla istihdam olanağı ve buna bağlı olarak toplumun refah seviyesinin artacağından bahsedilmiştir (Öztürk, 2016, s. 2-3).

Soysal, tarafından 2013 yılında gerçekleştirilen “*Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme*” konulu çalışmada; kadınların sosyal ve ekonomik gelişmelerde potansiyel bir güç haline getirilmesi ve ekonomik hayatta erkeklerle beraber çalışmalarını sağlayacak projelere öncelik verilmesi gerektiği mümkün olduğunca vurgulanmıştır (Soysal, 2013, s. 111).

Yetim (2010) tarafından yapılan çalışmada, sermayenin sosyal yapısı olarak, kadın girişimcilerin niteliklerinin ve yeterliliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Üzerinde araştırma yapılan 224 kadın girişimci Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odası’na kayıtlıdır. Anket formu sosyal sermaye kaynaklarını hem iş kurma hem de *sürdürme* aşamasında harekete geçirerek girişimci nitelikleri ile bütünleştiren kadın girişimcilerle yüz yüze olarak yapılmıştır. Bu araştırmaya göre kadınlar şahsi sermayelerini ve borçlanarak elde ettikleri kaynakları girişimcilik faaliyetlerinde kullanmışlardır (Yetim, 2010, s. 79).

Verheul ve Ark tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen ülkeler temelinde yapılan incelemede kadın ve erkek girişimcilerin etkisinde kaldığı etkenler *General Entrepreneurship Monitor*’un 29 ülke için hazırladığı *raporlar* temel alınarak irdelenmiştir. Yapılan bu çalışmalar sonucunda girişimcilik faaliyetinde bulunan kadın ve erkeklerin faaliyet oranlarına aynı faktörlerin aynı oranda etki yapmasına rağmen, yaşam zevki ve işsizlik gibi değişkenlerin kadın ve erkek girişimciler üzerindeki etkilerinin daha farklı olduğu ortaya konulmuştur (Verheul, 2006, s. 261).

Kibas, tarafından 2005 yılında gerçekleştirilen araştırma dâhilinde girişimcilikte köy kadınlarının zorluk ve fırsatlar karşısındaki algıları ve girişimcilikteki başarıları incelenmiştir. Bu inceleme; kadınların başarı faktörleri, işe *giriş* nedenleri mikro girişimciliğe başlamak için sahip oldukları fırsatlar ve bu tür girişimciliğe kalkışan kadınların karşılaştıkları zorlukların neler olduğu konularına cevap sunmuştur. Çalışma, kadınların girişimci olma sebeplerinin başında aile ihtiyaçlarının karşılanmasının geldiğini ve girişimci kadınların kazançlarının tamamını ailelerinin ihtiyaçlarına harcadıklarını ortaya koymuştur. Kadın girişimcilerin başarılı olmalarının arkasında yatan en önemli sebep ise, işin başında ve devamında

ailelerinden gördükleri destektir. Finans piyasası ve pazarlama durumları hakkında fazla bilgiye sahip olmamaları ile yönetim konusunda yeterli erişim ve tecrübelerinin olmaması gibi konuların ise karşılaştıkları zorlukların başında geldiği görülmüştür (Kibas, 2005, s. 1).

Kutanis ve Hancı tarafından 2004 yılında gerçekleştirilen çalışmada girişimci kadınların sosyal hayat ve girişimlerinde kişisel özgürlüklerini kullanma ve algılamadaki derecelerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada hizmet sektöründe faaliyette bulunan yirmibeş kadın girişimci ‘Yaşam Öyküsü Araştırması’ yöntemiyle incelemiş ve çoğu kadın girişimcinin girişimci olma nedenlerinin kişisel özgürlük elde etmek olduğu, finansal destek konusunda yardım talep ettikleri, girişim faaliyetleri sırasında değişik sorunlara maruz kaldıkları, hedeflerinin çok büyük olduğu, kadınlarının çoğunun evli ve ailelerinin de kendilerinin arkasında olup destek verdikleri görülmüştür (Kutanis ve Hancı, 2004, s. 2).

Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Araştırmada Çorum ilinde bulunan kadın girişimcilerin hem cinsiyete dayalı girişimci özelliklerinin ve niteliklerinin belirlenmesi, hem de üretim sektörü bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında Çorum ili içerisindeki kadın girişimcileri üretim sektörüne yönlendirmek amacıyla önerilerde bulunulmuştur.

Hipotez, istatistik biliminde tesadüfi bir değişkenin dağılımı ile ilgili yapılan varsayımdır. Araştırmacının araştırdığı problemdeki değişkenlerin arasında olan ilişkilerden neler beklendiğini ifade etmek, hipotezin görevidir. Sıfır (null) hipotezi H_0 olarak ifade edilir ve genelde fark olmadığı tezi üzerine kurulur. Alternatif hipotezler de bu çalışmada test edilmiştir. Alternatif hipotezler istatistiksel analizler sonucunda kabul ya da reddedilen hipotezlerdir. Bu açıklamalar sonucunda yapılan çalışma ile ilgili geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H₁: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

H₂: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **yaşına** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

H₃: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **çocuk sahibi olma durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

H₄: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

H₅: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **yabancı dil bilme durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

H₆: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **işletmelerine ait hizmet süresine** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

H₇: Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **iş hayatına giriş biçimine** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, *Kütle Basit Tesadüfi Örneklem Yöntemi* kullanılarak seçilen 61 kadın girişimciden oluşmaktadır. İlgili veriler KOSGEB İl Müdürlüğü’nden talep edilmiş fakat talebimiz 24/03/2016 tarih ve 6698 sayılı resmi gazetede yer alan “*Kişisel Verilerin Korunması Kanunu*” ile sınırlandırılmış olduğundan verilerin tablolatırılmış halinin ilgili birimlerden temini sağlanamadığı için analize dâhil edilen firmalarla ilgili veriler araştırmacının birebir ilişkilerine ve kişisel çabalarına dayanarak elde edilebilmiş ve analize tabi tutulmuştur.

Yukarıda bahsi geçen tarama modeli kullanılarak, bu araştırmayla, üzerinde herhangi bir oynama yapılmadan mevcut durum ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi uygulanmıştır. Anket form verileri SPSS 21.0 veri analiz programı dâhilinde kullanılarak gerekli test ve analiz metotları uygulanmıştır.

Araştırmanın Örnekleme ve Varsayımları

Araştırmanın uygulama alanı Çorum ili ile sınırlandırılmıştır. Anketi dolduran katılımcıların, demografik bilgileri ve anket sorularından oluşan ölçme araçlarını samimi ve doğru olarak yanıtlayacakları varsayılmıştır. Araştırmanın örnekleminin uygulama alanını uygun olarak yansıttığı varsayımlar arasındadır.

Araştırmanın Bulguları

65 madde ve 7 alt boyuttan meydana gelen 5'li likert ölçeğinin analiz gerçekleştirmek için yeterli olup olmadığı, örneklem hacminin boyutu ve verilerin tesadüfi dağılımının tespit edilmesi açısından güvenilirlik analizi kullanılmıştır. Analiz edilmesi öngörülen testlerin ya da ölçeklerin niteliklerini ve güvenilirliklerini tespit etmek üzere bu yöntem kullanılmaktadır. Cronbach's Alpha (α) modeli ile ölçek üzerinde k sorununun eşit dağılımda bir bütünü içerip içermediği bilgisine ulaşılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği alfa (α) katsayısı göz önünde bulundurularak şu şekilde yorumlanabilir: (Ercan ve Kan, 2004: 212);

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Anketteki her soruya verilen yanıtın dağılımını hesaplamak için Frekans analizi, likert tipi soruların ortalama değerlerini göstermek için ise Descriptive Analizi uygulanmıştır. Üretimde kadın girişimciliği ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetini hesaplamak için *Korelasyon Analizi*'nden yararlanılmıştır. Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki veya daha çok değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizinde amaç; değişkenlerden biri değiştiğinde diğer değişkenin ne yönde değiştiğini görmektir. Korelasyon analizi sonucunda, doğru ilişki olup olmadığı ve varsa bu ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Korelasyon katsayısı "r" ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değer alır. R değeri sıfırdan ne kadar uzaklaşırsa iki değişken arasındaki ilişki de gittikçe güçleşir. Korelasyon katsayısı r "+" değerli ise iki değişken arasında aynı yönde bir ilişki vardır. Eğer r katsayısı "-" işaretli ise iki değişken arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

Kadın girişimciliğin öneminin araştırmaya katılanların demografik bilgilerine göre farklılık gösterip göstermediği T ve F testleri ile test edilmiştir. T (Student) testi, iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak amacıyla kullanılır. T testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler. T testi için sıfır hipotezi ve alternatif hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₀: İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H₁: İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Eğer ikiden fazla grubun ortalamaları karşılaştırılacak ise F (Varyans) Testi uygulanır. İki den fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test eden F testinin hipotezi aşağıdaki gibidir.

H₀: $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_N$

Yani ortalamalar arasında fark yoktur.

H₁: Ortalamalardan en az ikisi arasında anlamlı fark vardır.

%95 güven düzeyinde yani $\alpha = 0,05$ anlamlılık ile test edilen F ve T testine göre anlamlılık sütununda bulunan değer $p < 0,05$ ise H₀ hipotezi reddedilir. Aksi durumda $p > 0,05$ ise H₀ hipotezi kabul edilir. Yukarıda belirtilen analizler aşağıda tablolar ve grafikler ile gösterilip test sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	0,740	11
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	0,775	8
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	0,723	7

İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	0,740	7
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	0,876	6
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	0,702	10
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	0,935	16

Güvenilirlik analizi tablosuna göre; “İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi” boyutu için güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,740$ yani oldukça güvenilir, “İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi” boyutu için $\alpha=0,775$ yani oldukça güvenilir, “Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi” boyutu için $\alpha=0,723$ yani oldukça güvenilir, “İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi” boyutu için $\alpha=0,740$ yani oldukça güvenilir, “İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar” boyutu için $\alpha=0,876$ yani yüksek derecede güvenilir, “Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi” boyutu için $\alpha=0,702$ yani oldukça güvenilir ve “En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi” boyutu için $\alpha=0,935$ yani yüksek derece güvenilir düzeyde bulunmuştur. Bu bağlamda örnek hacminin yapılacak analiz için oldukça uygun olduğu söylenebilir. Yani örnek tesadüfi dağılmıştır. Ölçeklerden soru çıkarmamıza ya da soru sayısını arttırmamız uygun değildir.

Tablo 2. Çorum Kadın Girişimciler Demografik Bilgiler Tablosu

		Frekans (N)	Yüzde	Toplam
Medeni Durumu	Evli	41	% 67,2	61/100
	Bekâr	20	% 32,8	
Yaş Dağılımı	25 Yaş Altı	3	% 4,9	61/100
	25-29 arası	9	% 14,8	
	30-34 arası	12	% 19,7	
	35-39 arası	14	% 23	
	40 ve üzeri	23	% 37,7	
Çocuk Sahibi Olma Durumu	Evet	45	% 73,8	61/100
	Hayır	16	% 26,2	
Eğitim Durumu	İlköğretim	4	% 6,6	61/100
	Lise	26	% 42,6	
	Önlisans	7	% 11,5	
	Lisans	21	% 34,4	
	Lisansüstü	3	% 4,9	
Yabancı Dil Bilgisi	Biliyor	26	% 43,3	61/100
	Bilmiyor	35	% 56,7	
Hizmet Süresi	1 yıldan az	3	% 4,9	61/100
	1-5 yıl arası	23	% 37,7	
	6-10 yıl arası	17	% 27,9	
	11-15 yıl arası	5	% 8,2	
	16-20 yıl arası	1	% 1,6	
	20 yıldan fazla	12	% 19,7	
İş Hayatı	İş hayatına ilk defa girişimci olarak başladım	24	% 40,7	61/100
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	18	% 27,1	
	Aynı işi ücretli yaptım	19	% 32,2	

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %67,2’sini evliler, %32,8’ini de bekârlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %4,9’unu 25 yaş ve altı, %14,8’ini 25-29 yaş aralığı, %19,7’sini 30-34 yaş aralığı, %23’ünün 35-39 yaş aralığı ve %37,7’sini 40 yaş ve üzerindeki oluşturmuştur. Araştırmaya katılan girişimcilerin %73,8’inin çocuğu varken, %26,2’sinin çocuğu yoktur. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin eğitim durumlarına bakıldığında %6,6’sının ilköğretim, %42,6’sının lise ve dengi, %11,5’inin önlisans, %34,4’ünün lisans ve %4,9’unun lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %43,3’ü yabancı dil bildiği, %56,7’si yabancı dil bilmediği anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sektörlerine bakıldığında %16,4’ünün kuaför ve kişisel bakım, %14,8’inin büro hizmetleri, %14,8’ini tekstil ve hazır giyim, %13,1’inin restoran ve kafe sektöründe hizmet verdiği görülmektedir.

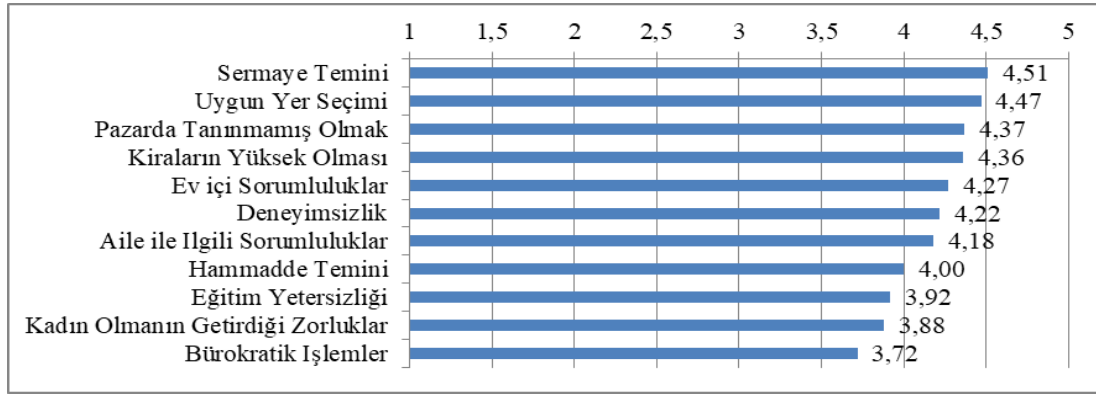
Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet sürelerine bakıldığında %4,9’unun 1 yıldan daha az, %37,7’sinin 1-5 yıl, %27,9’unun 6-10 yıl, %8,2’sinin 11-15 yıl, %1,6’sının 16-20 yıl aralığında ve %19,7’sinin 20 yıldan fazla hizmet verdiği görülmektedir. Kadın girişimcilerin %40,7’si

iş hayatına ilk defa girişimci olarak başlamıştır. Özel sektörde başka alanda çalışarak başlayanların oranı %27,1 iken aynı işi ücretli olarak yapanların oranı da %32,2'dir.

Tablo 3. İşletmeye Yönelik İfadeler

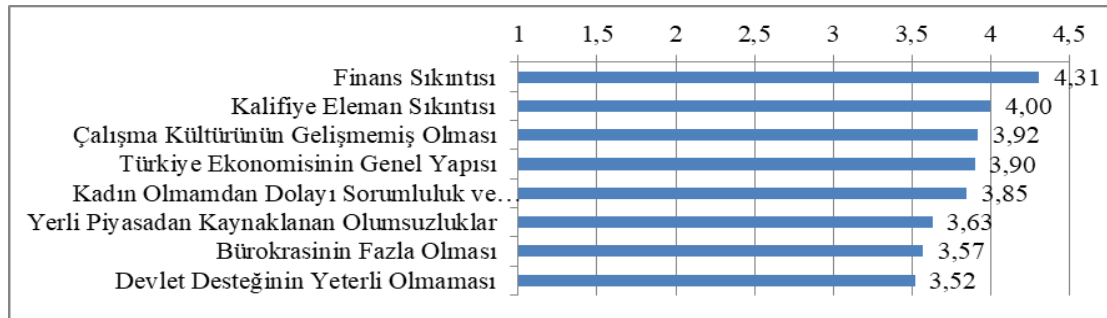
		Evet	Hayır
Sektöre atılırken profesyonel yardım aldınız mı?	f	25	34
	%	42,4	57,6
Çalışanlarınıza eğitim veriyor ya da verdirmiyor musunuz?	f	38	22
	%	63,3	36,7
İşlerinizde internetten faydalanıyor musunuz?	f	57	3
	%	95,0	5,0
İşletmenizin web sayfası var mıdır?	f	35	25
	%	58,3	41,7
İşyerinizde yetiştirilmek üzere eleman alıyor musunuz?	f	45	13
	%	77,6	22,4

Kadın girişimcilerin %42,4'ü sektöre atılırken profesyonel yardım alırken %57,6'sı profesyonel yardım almamıştır. Çalışanlarına eğitim veren ya da verdirmiyor olanların oranı %63,3'tür. İşletmelerin %95'i internetten faydalanmakta, %58,3'ünün de web sayfası bulunmaktadır. İşletmelerin %77,6'sı da yetiştirilmek üzere eleman almaktadır.



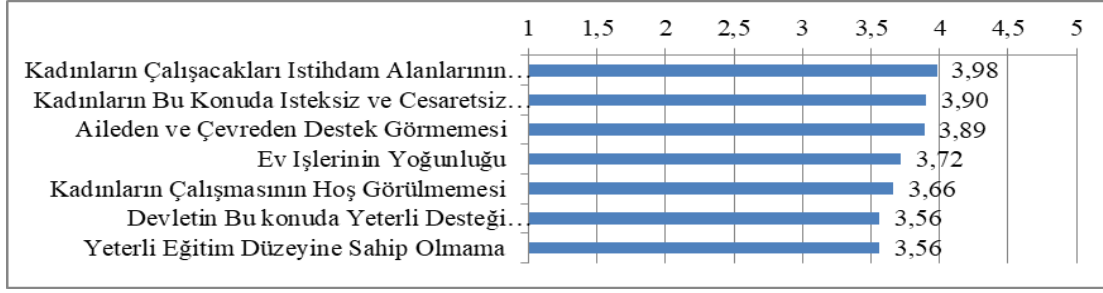
Şekil 1. İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılar

Kadın girişimcilerin iş kurarken karşılaştığı en önemli sıkıntı sermaye temini (4,51) olmuştur. Uygun yer seçimi (4,47) ikinci en önemli sıkıntı olurken, pazarda tanınmamış olmak (4,37) üçüncü en önemli sorun olmuştur.



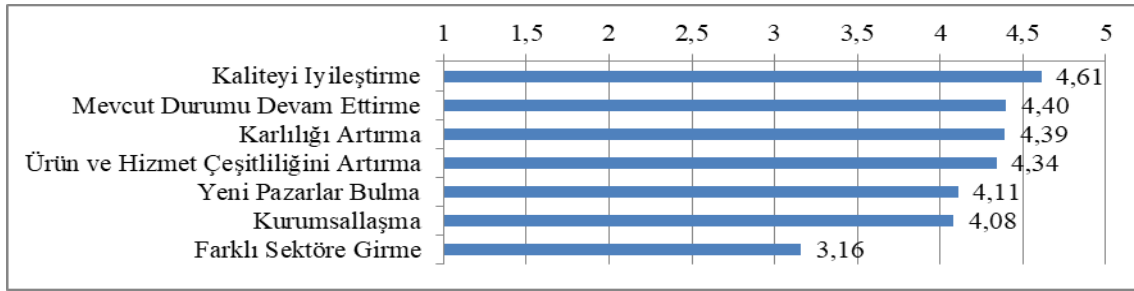
Şekil 2. İşletmede Yaşanan Sorunlar

İşletmelerde yaşanan en önemli sıkıntı finans sıkıntısıdır (4,31). Finans sıkıntısını daha sonra sırasıyla kalifiye eleman sıkıntısı (4,00), çalışma kültürünün gelişmemiş olması (3,92), Türkiye ekonomisinin genel yapısı (3,90) üçüncü sırada yer almaktadır.



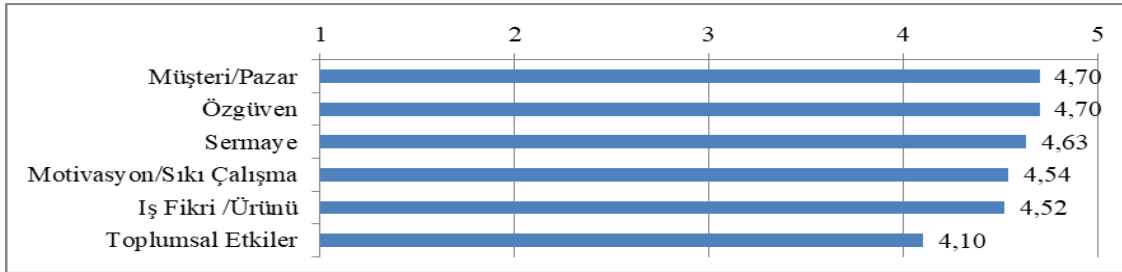
Şekil 3. Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılamama Sebepleri

Kadınların çalışacakları istihdam alanlarının yetersiz olması (3,98) kadın girişimcilerine göre kadınların çalışma hayatına katılamamasının en önemli nedenidir. Kadınların girişimcilikte isteksiz ve cesaretsiz olması (3,90) ve aileden ve çevreden destek gelmemesi (3,89) kadınların çalışma hayatına girememesinin diğer önemli sebepleri olarak görülmektedir.



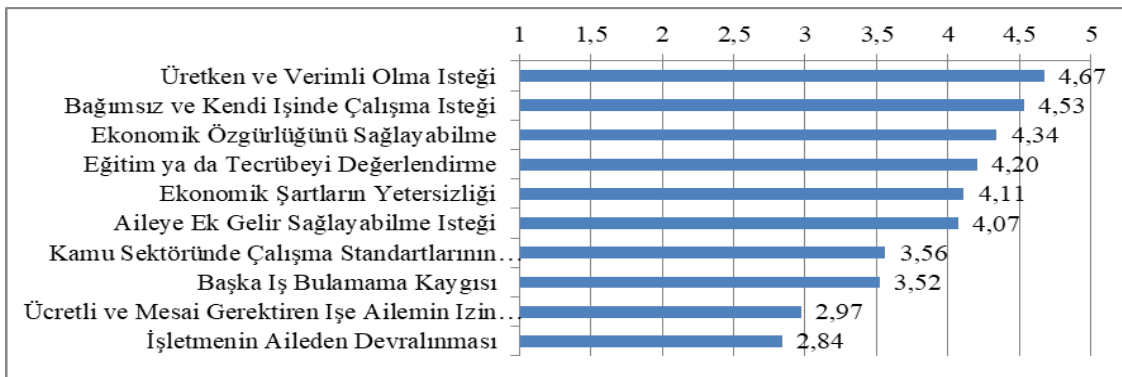
Şekil 4. İşletmelerin Geleceğe Yönelik Planları

İşletmelerin geleceğe yönelik en önemli planı 4,61 ortalama puan ile kaliteyi iyileştirmek olarak düşünülmektedir. Mevcut durumu devam ettirme (4,40) ve karlılığı arttırma (4,39) diğer önemli unsurlardır.



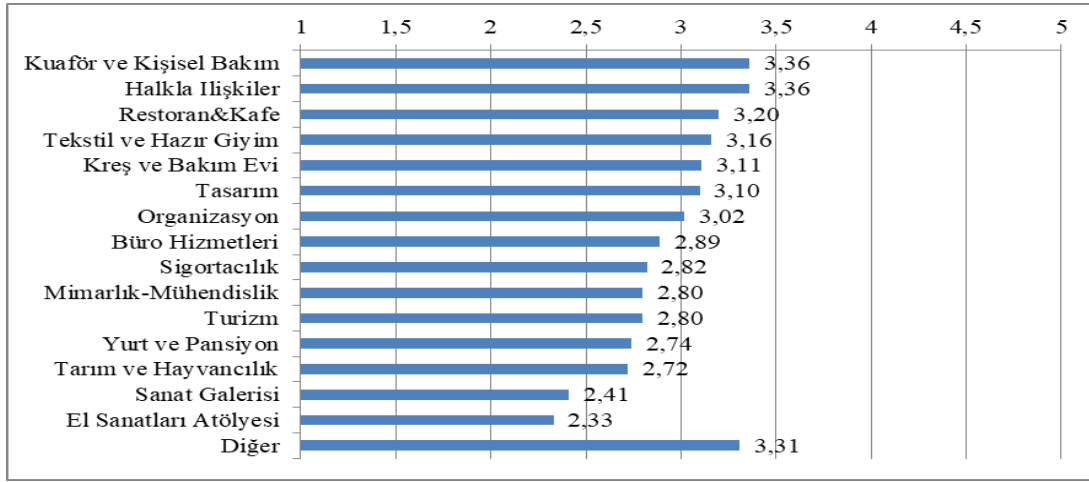
Şekil 5. İş Kurmak ve Başarılı Olmak İçin Unsurlar

Kadın girişimcilere göre iş sahibi olmak ve bu işte verimli ve başarılı olmak için en önemli unsur müşteri/pazar (4,70) ve özgüvendir (4,70). Sermaye (4,63), motivasyon (4,54) ve iş fikri/ürün de oldukça önemli görülmektedir.



Şekil 6. Girişimci Olmadaki Faktörler

Üretken ve verimli olma isteği (4,67) kadın girişimcilerin girişimci olmasındaki en önemli faktördür. Bağımsız ve kendi işinde çalışma isteği (4,53) ikinci en önemli faktör, ekonomik özgürlüğünü sağlayabilme (4,34) üçüncü en önemli faktör olmuştur.



Şekil 7. En Uygun Yatırım Alanları

Kadın girişimcilere göre en uygun yatırım alanı kuaför ve kişisel bakım (3,36) ve halkla ilişkiler (3,36) alanlarıdır. Bunları sırasıyla restoran/kafe (3,20), tekstil ve hazır giyim (3,16), kreş ve bakım evi (3,11), tasarım alanları (3,10) izlemektedir.

Tablo 4. Girişimcilik Boyutları Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi

	r	İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılar	r	1						
	P							
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	r	,692(**)	1					
	P	,000						
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	r	,542(**)	,590(**)	1				
	P	,000	,000					
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	r	,447(**)	,405(**)	,420(**)	1			
	P	,000	,001	,001				
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	r	,509(**)	,474(**)	,494(**)	,422(**)	1		
	P	,000	,000	,000	,001			
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	r	,455(**)	,372(**)	,486(**)	,238	,296(*)	1	
	P	,000	,003	,000	,065	,020		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	r	,426(**)	,531(**)	,431(**)	,512(**)	,202	,225	1
	P	,001	,000	,001	,000	,118	,082	

** 0,01 Seviyesinde korelasyonun anlamlı olduğu seviye (2-tailed).

* 0,05 Seviyesinde korelasyonun anlamlı olduğu seviye (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizine göre tüm korelasyon değerleri pozitif yönlü bulunmuştur. Yani girişimcilik boyutları arasında aynı yönlü bir ilişki vardır. İş kurarken karşılaşılan sıkıntılar arttıkça işletmelerde yaşanan sıkıntının önemi de artmakta, kadın girişimcilerin çalışma hayatına katılmama sebeplerinin önemi de artmakta, işletmenin geleceğe yönelik planlarının önemi, iş kurmak ve işte başarılı olmanın önemi, girişimci olmadaki faktörlerin önemi ve en uygun yatırım alanlarının önemi de artmaktadır.

Tablo 5. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Medeni Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Medeni Durum	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	Evli	41	4,1644	,47711	-,213	0,832
	Bekâr	20	4,1909	,41387		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Evli	41	3,9103	,54263	1,468	0,147
	Bekâr	20	3,7063	,43163		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Evli	41	3,8043	,55101	,972	0,335
	Bekâr	20	3,6500	,64302		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Evli	41	4,1823	,60524	,545	0,588
	Bekâr	20	4,1000	,42757		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Evli	41	4,5447	,59631	,180	0,858
	Bekâr	20	4,5167	,51838		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Evli	41	3,9648	,47346	1,969	0,050
	Bekâr	20	3,7033	,51355		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Evli	41	3,0078	1,03557	,656	0,514
	Bekâr	20	2,8294	,90864		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **göstermez**.

H₁ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **medeni durumuna** göre anlamlı farklılık **gösterir**.

Girişimci olmadaki faktörlerin önemi evli girişimcilerde (3,9648) bekâr girişimcilere göre (3,7033) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin $p=0,050 \leq 0,05$ olmasından dolayı girişimci olmadaki faktörler için H₀ hipotezi reddedilir. Yani, girişimci olmadaki faktörlerin önemi kadın girişimcilerin medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer faktörler için anlamlılık değerlerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı diğer faktörler kadın girişimcilerin medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Tablo 6. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Yaş	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	25-29 arası	9	4,3333	,40401	2,784	0,050
	30-34 arası	12	4,0303	,41267		
	35-39 arası	17	4,3918	,35726		
	40 ve üzeri	23	4,0348	,49514		
	Toplam	61	4,1664	,45527		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	25-29 arası	9	3,9444	,50432	,517	0,672
	30-34 arası	12	3,7500	,44274		
	35-39 arası	17	3,9605	,44465		
	40 ve üzeri	23	3,8043	,59571		
	Toplam	61	3,8525	,51277		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	25-29 arası	9	3,7778	,80214	1,002	0,399
	30-34 arası	12	3,6190	,30048		
	35-39 arası	17	3,9592	,37349		
	40 ve üzeri	23	3,6698	,65757		
	Toplam	61	3,7459	,56877		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	25-29 arası	9	4,1587	,51232	,485	0,694
	30-34 arası	12	4,1548	,53264		
	35-39 arası	17	4,2755	,55318		
	40 ve üzeri	23	4,0455	,60872		
	Toplam	61	4,1412	,55911		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	25-29 arası	9	4,4630	,43921	2,152	0,104
	30-34 arası	12	4,4167	,53418		
	35-39 arası	17	4,8571	,24335		
	40 ve üzeri	23	4,4420	,67907		
	Toplam	61	4,5402	,55348		

Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	25-29 arası	9	3,9444	,40654	,385	0,765
	30-34 arası	12	3,8250	,50114		
	35-39 arası	17	3,9786	,50563		
	40 ve üzeri	23	3,8271	,49638		
	Toplam	61	3,8814	,47946		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	25-29 arası	9	3,3819	,80249	2,371	0,081
	30-34 arası	12	2,3153	,91923		
	35-39 arası	17	3,0846	1,18955		
	40 ve üzeri	23	2,9688	,91265		
	Toplam	61	2,9257	1,00793		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yaşına göre anlamlı farklılık göstermez.

H₂ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.

İş kurarken karşılaşılan sıkıntıların önemi 35-39 yaş arası kadın girişimcilerde (4,3918) en yüksek düzeyde algılanmış, 30-34 yaş arası kadınlarda ise (4,0303) diğer girişimcilere göre biraz daha düşük düzeyde algılanmıştır. Anlamlılık değerinin $p=0,050 \leq 0,05$ olmasından dolayı iş kurarken karşılaşılan sıkıntıların önemi için H₀ hipotezi reddedilir. Yani, kadın girişimcilerin iş kurarken karşılaştığı sıkıntılar yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer boyutlar için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı diğer boyutla için H₀ kabul edilir. Yani önem düzeyleri kadın girişimcilerin yaşına göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 7. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Çocuk Sahibi Olma Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Çocuk Var mı?	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	Evet	45	4,1397	,47487	-0,963	0,339
	Hayır	16	4,2670	,38779		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Evet	45	3,9016	,52121	1,497	0,140
	Hayır	16	3,6797	,47207		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Evet	45	3,7963	,53648	0,958	0,342
	Hayır	16	3,6339	,69979		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Evet	45	4,1598	,59702	0,105	0,917
	Hayır	16	4,1429	,41074		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Evet	45	4,5259	,58921	-0,220	0,827
	Hayır	16	4,5625	,51953		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Evet	45	3,9079	,49694	0,756	0,453
	Hayır	16	3,7979	,50910		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Evet	45	2,9519	1,05933	0,034	0,973
	Hayır	16	2,9419	,80142		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermez.

H₃ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Tüm girişimcilik faktörleri için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı tüm faktörler için H₀ hipotezi kabul edilir. Yani, girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 8. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılarının Önemi	İlköğretim	8	4,2318	,70502	0,286	0,753
	Lise ve dengi	32	4,1420	,42801		
	Lisans ve lisansüstü	21	4,0260	,43190		
	Toplam	61	4,1297	,45065		
İşletmede Yaşanan Sıkıntılarının Önemi	İlköğretim	8	3,9375	,97093	0,648	0,530
	Lise ve dengi	32	3,7308	,44257		
	Lisans ve lisansüstü	21	3,5714	,47794		
	Toplam	61	3,7230	,51212		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	İlköğretim	8	3,6071	,75930	0,129	0,879
	Lise ve dengi	32	3,7738	,63622		
	Lisans ve lisansüstü	21	3,7755	,45816		
	Toplam	61	3,7561	,60571		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	İlköğretim	8	4,7143	,34993	2,218	0,124
	Lise ve dengi	32	4,0678	,58059		
	Lisans ve lisansüstü	21	4,0612	,66933		
	Toplam	61	4,1364	,60047		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	İlköğretim	8	4,4167	,68718	0,500	0,611
	Lise ve dengi	32	4,4551	,67587		
	Lisans ve lisansüstü	21	4,7143	,36911		
	Toplam	61	4,5000	,62485		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	İlköğretim	8	4,1250	,45000	0,374	0,691
	Lise ve dengi	32	3,9316	,40433		
	Lisans ve lisansüstü	21	3,9429	,45774		
	Toplam	61	3,9547	,41105		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	İlköğretim	8	3,3813	,90493	1,008	0,375
	Lise ve dengi	32	2,7833	,92416		
	Lisans ve lisansüstü	21	2,5851	,86388		
	Toplam	61	2,8105	,91233		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık göstermez.

H₄ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık gösterir.

Girişimcilik faktörlerinin kadın girişimcilerin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı tüm faktörler için H₀ hipotezi kabul edilir. Yani, girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin **eğitim durumuna** göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 9. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin Yabancı Dil Bilme Duruma Göre Farklılığını İnceleyen T Testi

	Yabancı Dil	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntılarının Önemi	Biliyorum	26	4,2308	,34901	1,003	0,320
	Bilmiyorum	35	4,1127	,51658		
İşletmede Yaşanan Sıkıntılarının Önemi	Biliyorum	26	4,0096	,35518	2,491	0,016
	Bilmiyorum	35	3,6933	,56750		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Biliyorum	26	3,8407	,60922	1,150	0,255
	Bilmiyorum	35	3,6674	,55423		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Biliyorum	26	4,1612	,47007	0,246	0,807
	Bilmiyorum	35	4,1261	,60175		

İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Biliyorum	26	4,7115	,43091	2,261	0,027
	Bilmiyorum	35	4,3873	,62593		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Biliyorum	26	3,7385	,54851	-1,813	0,075
	Bilmiyorum	35	3,9683	,43361		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Biliyorum	26	2,9657	1,07684	0,278	0,782
	Bilmiyorum	35	2,8940	,91794		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yabancı dil bilme durumuna göre anlamlı farklılık göstermez.

H₅ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin yabancı dil bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

İşletmede yaşanan sıkıntıların öneminin algısı İngilizce bilen kadın girişimcilerde (4,0096) yabancı dil bilmeyen kadın girişimcilerden (3,6933) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin $p=0,016<0,05$ olmasından dolayı işletmede yaşanan sıkıntıların önemi için H₀ hipotezi reddedilir. Yani, işletmelerde yaşanan sıkıntıların öneminin algısı kadın girişimcilerin İngilizce bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

İş kurmak ve işte başarılı olabilmenin önem algısı İngilizce bilen kadın girişimcilerde (4,7115) İngilizce bilmeyen kadın girişimcilerden (4,3873) daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin $p=0,027<0,05$ olmasından dolayı bu boyut için H₀ hipotezi reddedilir. Yani, iş kurmak ve işte başarılı olmanın önem algısı kadın girişimcilerin İngilizce bilme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer boyutlar için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı diğer boyutlarda H₀ hipotezi kabul edilir. Yani önem düzeyleri kadın girişimcilerin İngilizce bilme durumuna göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 10. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin İşletmenin Hizmet Süresine Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	Hizmet Süresi	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	1-5 yıl arası	25	4,2423	,36235	0,314	0,815
	6-10 yıl arası	19	4,1283	,38309		
	11-15 yıl arası	5	4,2000	,56187		
	20 yıldan fazla	12	4,2624	,53044		
	Toplam	61	4,2088	,41758		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	1-5 yıl arası	25	3,8315	,46863	1,805	0,157
	6-10 yıl arası	19	3,7941	,33929		
	11-15 yıl arası	5	3,8500	,54054		
	20 yıldan fazla	12	4,1726	,59593		
	Toplam	61	3,8938	,48087		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	1-5 yıl arası	25	3,7391	,55270	0,153	0,928
	6-10 yıl arası	19	3,8235	,52375		
	11-15 yıl arası	5	3,8857	,64206		
	20 yıldan fazla	12	3,8433	,67637		
	Toplam	61	3,7991	,56607		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	1-5 yıl arası	25	4,2236	,48316	1,681	0,182
	6-10 yıl arası	19	4,0364	,55978		
	11-15 yıl arası	5	3,8286	,55696		
	20 yıldan fazla	12	4,3810	,61921		
	Toplam	61	4,1662	,55249		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	1-5 yıl arası	25	4,6449	,41226	0,115	0,951
	6-10 yıl arası	19	4,5490	,50265		
	11-15 yıl arası	5	4,6000	,48016		
	20 yıldan fazla	12	4,5833	,72300		
	Toplam	61	4,5994	,50969		

Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	1-5 yıl arası	25	3,8391	,46782	0,617	0,607
	6-10 yıl arası	19	3,8882	,48590		
	11-15 yıl arası	5	4,1800	,20494		
	20 yıldan fazla	12	3,9250	,68639		
	Toplam	61	3,9018	,50762		
En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	1-5 yıl arası	25	2,8591	,90502	4,309	0,009
	6-10 yıl arası	19	2,5319	1,01415		
	11-15 yıl arası	5	2,8875	1,44320		
	20 yıldan fazla	12	3,7855	,64391		
	Toplam	61	2,9590	1,02576		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermez.

H₁ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterir.

En uygun yatırım alanlarının önemi ile ilgili algı düzeyi işletmesi 20 yıldan uzun süredir hizmet veren kadın girişimcilerde (3,7855) diğer kadın girişimcilere göre daha yüksek düzeydedir. Anlamlılık değerinin $p=0,009<0,05$ olmasından dolayı yatırım alanlarının önemi için H₀ hipotezi reddedilir. Yani, en uygun yatırım alanlarının önem algısı kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık gösterir.

Diğer faktörler için anlamlılık değerlerinin $p>0,05$ olmasından dolayı diğer faktörler için H₀ hipotezi kabul edilir. Yani, diğer faktörlerin önem düzeyi kadın girişimcilerin işletmelerine ait hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermez.

Tablo 11. Girişimcilik Faktörlerinin Önem Düzeyinin İş Hayatına Giriş Biçimine Göre Farklılığını İnceleyen F Testi

	İş Hayatına Başlangıç Biçimi	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
İş Kurarken Karşılaşılan Sıkıntıların Önemi	Girişimci olarak başladım	24	4,3043	,39119	2,496	0,092
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	3,9818	,49392		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	4,1603	,47445		
	Toplam	59	4,1705	,45924		
İşletmede Yaşanan Sıkıntıların Önemi	Girişimci olarak başladım	24	3,9926	,42415	2,489	0,092
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	3,6563	,48197		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	3,7500	,59073		
	Toplam	59	3,8232	,51091		
Kadın Girişimcilerin Çalışma Hayatına Katılmama Sebeplerinin Önemi	Girişimci olarak başladım	24	3,7798	,50196	,546	0,582
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	3,6071	,57735		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	3,7895	,66559		
	Toplam	59	3,7361	,57438		
İşletmenin Geleceğe Yönelik Planlarının Önemi	Girişimci olarak başladım	24	4,2798	,46811	1,672	0,197
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	3,9583	,66641		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	4,1203	,53296		
	Toplam	59	4,1412	,55427		
İş Kurmak ve İşte Başarılı Olabilmek İçin Önemli Unsurlar	Girişimci olarak başladım	24	4,5903	,53834	,778	0,464
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	4,3750	,74660		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	4,5789	,44572		
	Toplam	59	4,5282	,57415		
Girişimci Olmadaki Faktörlerin Önemi	Girişimci olarak başladım	24	3,9000	,45588	,733	0,485
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	3,7701	,60074		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	3,9684	,41640		
	Toplam	59	3,8868	,48535		

En Uygun Yatırım Alanlarının Önemi	Girişimci olarak başladım	24	2,9532	1,03617	,192	0,826
	Özel sektörde başka alanda çalıştım	16	2,9784	,78429		
	Aynı işi ücretli yaptım	19	2,7928	1,09747		
	Toplam	59	2,9084	,98244		

H₀ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin iş hayatına giriş biçimine göre anlamlı farklılık göstermez.

H₇ : Girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin iş hayatına giriş biçimine göre anlamlı farklılık gösterir.

Girişimcilik faktörlerinin kadın girişimcilerin iş hayatına giriş biçimine göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değerlerinin $p > 0,05$ olmasından dolayı tüm faktörler için H_0 hipotezi kabul edilir. Yani, girişimcilik faktörlerinin önem düzeyi kadın girişimcilerin iş hayatına giriş biçimine göre anlamlı farklılık göstermez.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Girişimci olarak çalışma hayatına dâhil olan kadın, cinsiyetinden ötürü iş ve sosyal hayatın erkek egemen düzene sahip şartları içerisinde yaşamını sürdürmeye çalışmaktadır. Ancak son yıllarda kadınların iş hayatlarında karşı cinse oranla başarı oranlarında artış söz konusudur. Bunun sebebi olarak erkeklerle aralarında bilgi ve deneyim farkının gün geçtikçe azalması ve yapılarının bir getirisi olarak olaylara daha duyarlı ve sakin bakabilmeleri, insan ilişkilerinde daha etkin olmaları gösterilebilir. Bu kapsamda sosyal ve ekonomik öneme sahip olduğu öngörülen girişimci kadınların kaynak optimizasyonu, beşeri ilişkilerde etkin olma ve çalışma hayatında edinilen tecrübelerin verimli aktarılması gibi özelliklere sahip olması onları girişimcilik bağlamında bir üst seviyeye taşıyacaktır.

Kadın girişimcilik oranlarında seviye yükselmekle birlikte istenilen orana henüz ulaşamamıştır. Kadınların iş hayatında yer almasının önünün açılması adına KOSGEB'in sağladığı "Girişimcilik Desteği" nde cinsiyetten ötürü pozitif ayrımcılık yapılmaktadır. Bununla beraber kadın girişimcilerin gelişimine destek veren sivil toplum kuruluşlarının da genel anlamda birtakım faaliyetleri bulunmaktadır. Girişimciliğin geliştirilmesi adına Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)'nda girişimcilik olgusunun erken çağlarda aşılması ile bilinçlenme sağlanması, eğitim sistemi içerisine de girişimcilik kültürünün dâhil edilmesi, sadece ticaret, sanayi ve hizmet sektörlerinde değil, tarım ve üretim sektörlerinde de girişimciliğin yaygınlaştırılması esas alınmıştır.

Bu bağlamda Çorum ili bakımından imalat sektöründeki girişimciler üzerine bir değerlendirme yapıldığında TÜİK verilerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda Çorum Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü tarafından 2018 yılında yapılan bir piyasa analiz çalışması bize yol gösterici olacaktır. Bu araştırma mevcut istihdam seviyesini ortaya çıkarmak, işgücü piyasasındaki dalgalanmaları öngörerek ileri safhalarda bu duruma yönelik stratejiler geliştirmek ve açık iş oranının yüksek olduğu iş sektörüne yönlenecek açısından önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada hizmet üretiminde kadın girişimciliğinin yeri, Çorum ili baz alınarak belirlenmeye ve bu hususta değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla *kütle basit tesadüfi örnekleme yöntemi* kullanılarak 61 kadın girişimci seçilmiş ve çalışma nicel araştırma yöntemlerinden biri olan *anket yöntemi* kullanılarak desteklenmiştir. Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 veri analiz programı dâhilinde kullanılarak gerekli test ve analiz metodları uygulanmıştır.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda anket çalışması yapılan kadın girişimcilerin sektörlerine bakıldığında kuaför ve kişisel bakım, büro hizmetleri ve restoran gibi hizmet sektörleri üzerinde yoğunlaştığı söylenebilir. Bunun yanı sıra üretken ve verimli olma isteği, bağımsız olma ve kendi işyerinde çalışma arzusu, ekonomik özgürlüğe ulaşabilme gibi sebepler kadınların girişimci olmalarında etkin faktörler olarak nitelendirilebilir.

Kadınların yatırım kararlarında sabırlı davranmaları, katlanılabilir risk üstlenme yönleri ile girişimcilikte daha az başarısızlık göstermişlerdir. Buna karşılık kadınların finansal açıdan eksiklikler veya teknik bilgi yetersizlikleri kadın girişimcilerin girişimcilik boyutunda olumsuz yönlerini oluşturmaktadır. İstihdam

seviyesi sektörel açıdan incelendiğinde, bu dağılımın illerin temel ekonomik faaliyetlerinin bir göstergesi sayılabileceği öngörülmektedir. Kadın girişimciler genellikle hizmet sektörüne yönelmektedir. Bunun sebebi başlangıçta düşük sermayeye ihtiyaç duyulması, işe giriş kısıtlamalarının az olması gibi gerekçeler gösterilebilir. Hizmet sektörünü, sanayi ve tarım sektörü takip etmektedir. Bu genelleme Çorum ili için de geçerlidir.

Özetle ifade etmek gerekirse, hem ülkemiz hem de Çorum ili açısından kadın girişimcilerin istihdama katkısını sağlamak önemlidir. Üretim sektörünün önemli olması sebebiyle kadın girişimcileri bu sektöre yönlendirmek, KOSGEB gibi çeşitli kurumlar aracılığı ile finansal yönden desteklenmek ve kadın girişimcilere yönelik pozitif ayrımcılık çerçevesinde stratejiler izlemek kadın girişimcilerin istihdama katkıda bulunmasını sağlayabilmektedir. Kadın girişimciliğine destekte bulunan ve özendirici stratejilerin kadın girişimcilerin örgütlenme seviyelerine yönelik olması daha uygundur. Bu sebeple kooperatifçiliğin yaygınlaştırılması, ekonomik üretime kadınların da katılmalarını teşvik eder ve kırsal kalkınmada önemli bir rol üstlenir. Kadınlar arasındaki dayanışma ve beraber hareket etme yetisinin geliştirilmesi, kadınların güçlenmesi ve nüfuz etme becerilerinin artırılması, cinsiyetten kaynaklanan sorunların önüne geçilmesi, sürdürülebilir kalkınma ve refah seviyesinin yükseltilmesi kooperatifçilik ile mümkün olmaktadır. Bu yönüyle kooperatifçilik faaliyeti de kadınların üretim sektörüne katılımında rol üstlenmektedir. Dolayısıyla genel olarak kadınlara yönelik teşvik politikaları, çeşitli kurum ve kuruluşlarca kadın girişimciliğinin desteklenmesi, kooperatifçiliğin yaygınlaştırılması gibi etmenler ile Çorum ilindeki kadın girişimcileri üretim alanına yönlendirmek, üretimdeki yoğun işgücü açığının bir nevi azalmasına sebebiyet verecektir.

Bilgilendirme / Acknowledgement: Bu çalışma, Şenöz, A, (2018), "Hizmet Sektöründe Kadın Girişimciler: Çorum Araştırması", Hitit Üniversitesi SBE, Yüksek Lisans Tezi, çalışmasından üretilmiştir.

KAYNAKÇA

- Acar, N. (1998). *Üretim planlaması yöntem ve uygulamaları*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Alkan, M. (2014). Girişimcilerin girişimcilik, inovasyon yapma inovatif düşünce ve inovatif girişimcilik düzeylerinin incelenmesi, 2, 1-26.
- Anderson, C. ve Schneier, C. (1978). Locus of control, leader behavior and leader performance among management students. *The Academy of Management Journal*, 4(21), 36-37, 690-698.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Atik, S. (2002). Kültürün girişimciliğe etkileri. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 3, 38-48.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve girişimci kültür: Sosyolojik bir perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 102-117.
- Barbato, R., Demartino, R. ve Jacques, P. (2009, Spring). The entrepreneurial motivations of nonemployer entrepreneurs. *New England Journal Of Entrepreneurship*, 1(12), 33-44.
- Başar, M. (2013). *Girişimcilik içinde ünite 1: Girişimcilik ve girişimcilik süreçleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Bedük, A. (2005). Türkiye'de çalışan kadın ve kadın girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 106-117.
- Bozkurt, Ö., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012, Ocak). Türkiye'de girişimciliğin gelişimi: Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 229-247.

- Büyükkelik, M. (2007). *Üretim planlama problemlerinde doğrusal programlama modellerinin kullanımı: Bir üretim işletmesinde uygulama*. Yüksek lisans tezi, Niğde Üniversitesi, Niğde.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A. ve Wadeson, N. (2006). *The Oxford handbook of entrepreneurship*. Great Britain: Oxford University Press.
- Cici, E. N. (2013). *Kadınların girişimcilik yolunda karşılaştıkları sorunların öz girişimcilik yetenekleri üzerindeki etkisi: Konya ilinde bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Çelik, A. ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik kültürü ve KOBİ'ler*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Çetin, C. (1996). *Yeniden yapılandırma-girişimcilik ve küçük ve orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Çetin, M. (2013). Erzincan meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik algısı ve girişimcilik profili. *Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Muğla, 570-590.
- Demir, N. (2015). Türkiye'de girişimcilik ve kadın. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, 315.
- Dhillon, P. (1993). *Women entrepreneurs: Problems and prospects*. New Delhi: Blaze.
- Dilsiz, İ. ve Kölük, N. (2005). *Girişimcilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dinçer, Ö. (1999). *İşletme yönetimine giriş*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Ecevit, Y. (1993). *Kadın girişimciliğinin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi*. Kadın girişimciliğinin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Semineri, 74, 30-35.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans ilişkisine kültürel yaklaşım. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 2, 43-61.
- Palaz Erdemir, H. (2012). *Wollen textiles: An international trade good in the lycus valley in antiquity*. Colossae in Space and Time Linking to an Ancient City. (Cadwallader, A. H. & Trainor, M., Edt.). Leiden: Vandenhoeck and Ruprecht, 104-129.
- Erdemir, H. ve Palaz Erdemir, H. (2016). *İnovasyonun ulusal ve uluslararası gelişim ve rekabete etkisi*. Bışkek: ICE 2016-7th International Congress on Entrepreneurship Bildiri Kitabı. 59-78.
- Erktürk, E. (2015). *Girişim ilham kaynakları*. Startup Doğan Burda Dergi Yayıncılık.
- Gökakın, Z. (2000). *Doksanlı yılların yeni kahramanları: Türkiye'de girişimci kadın profili*. Nevşehir: 8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı.
- Gönüllü, M. ve İçli, G. (2001). Çalışma yaşamında kadınlar: Aile ve ev ilişkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 81-100.
- Gusseanova, D. (2015). *Sosyal girişimcilik olgusu ve bir örnek olay incelemesi*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Güney, S. (2006). Kadın girişimciliğine genel bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 25-43.
- Gürdoğan, N. (2008). *Girişimcilik ve girişim kültürü*. İstanbul: İgiad Yayınları.

- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye’de kadın girişimci ve küçük işletmesi: Fırsatlar, sorunlar, beklentiler ve öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Güzel, M. (2010). *Ekonomi ve üretim ilişkisi*. Araştırma-Ekonomi ve Üretim İlişkisi.
- Hisrich, D. R. (2002). *Entrepreneurship*. USA: McGraw Hill Higher Education.
- Hisrich, R., & Peters, M. (1998). *Entrepreneurship*. New York: Irwin Mc Graw Hill.
- Hughes, K. (2003). Pushed or pulled? Women’s entry into self-employment and small business ownership. *Gender, Work and Organization*, 10(4), 437-438.
- İlter, B. (2010). *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: KAGİDER örneği*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve yenilik bağlamında girişimcilik ve KOBİ’ler*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- İrmiş, A., & Barutçu, E. (2012). Öğrencilerin kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmelerini ve iş kurma niyetlerini etkileyen faktörler: Bir alan araştırması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 1-2.
- İş ve Meslek Sahibi Kadınlar Derneği. (2010). *Konya saha çalışması raporu*.
- Kağnıcıoğlu, H., Aydın, S., Hasgül, S. ve Anagün, S. (2012). *Üretim yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karalar, R., Özalp, İ., Maviş, F., Geylan, R., Tenekecioğlu, B., Şahin, M. ve Aydın, N. (2006). *Genel işletme*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de kadın girişimcilerin durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 84.
- Kobu, B. (2008). *Üretim yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayın
- Kurt, S. ve Savrul, M. (2016). Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: Nascent örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 341-355.
- Kutunis, R. ve Alpaslan, S. (2006). Girişimci ve yönetici kadınların profili farklı mıdır? *Afyon Kocatepe Üniversitesi İBF Dergisi*, 8(2), 139-153.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Küçükaltan, D. (2009). Genel bir yaklaşımla girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 21-28.
- Landström, H. (2005). *Pioneers in entrepreneurship and small business research*. Springer Science.
- Mungan, S. (2013). *Kadın girişimcilik değerleri ile kadın girişimcilik algısı arasındaki ilişkide girişimcilik eğitimlerinin rolü*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Narin, M., Maşrap, A. ve Gürol, M. A. (2006). Global kadın girişimciliğinin maksimizasyonunu hedefleme: Uluslararası arenada örgütlenme ve ağ oluşturma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1), 69.
- Nayır, D. Z. (2008). İş ve ailesi arasındaki kadın: Tekstil ve bilgi işlem girişimcilerinin rol çatışmasına getirdikleri çözüm stratejileri. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 631-650.
- Odabaşı, Y. (2005). *Girişimcilik*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.

- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(32), 81-95.
- Özkul, G. (2007). Kapitalist sistemin sürükleyici aktörleri: Ekonomik teoride girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(12), 343-366.
- Özkul, G. ve Dulupçu, M. (2007). Kişisel gelişimin girişimci tipleri üzerine etkisi: Antalya-Isparta illerinde bir inceleme. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2), 89.
- Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye'de kadın girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye'de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Palaz Erdemir, H. (2018). *Eskiçağ Anadolu ekonomik hayatında kadın emeği ve dokuma*. Anadolu'nun Eski Çağlarında İktisadi ve Zirai Hayat. (Gökçek, L. G., Yıldırım, E., Pekşen O., Edt.). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Rajavel, S. (2016). Challenges of women entrepreneurs. *Primax International Journal of Commerce and Management Research*, 12-14.
- Rauch, A. ve Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 101-142.
- Russell, S. ve Taylor, W. (1995). *Production and operations management focusing on quality and competitiveness*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Saray, G. (1993). Türkiye'de kadın girişimciliği, kadını girişimciliğe özendirme ve destekleme paneli. *Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi*, Ankara, 117-125.
- Sinanoğlu Koç, E. (2005). *Kadın girişimciler kavramı ve serbest meslek mensubu kadın girişimcilere ilişkin konya ilinde uygulamalı bir araştırma*. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Sipahi, E. (1997). *Türkiye'de girişimcilik ve kadın girişimciler üzerine bir araştırma*. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Smith, N. ve Miner, J. (1983). Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation: Implications for organisational life cycle theory. *Strategic Management Journal*, 4, 225-240.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, 65(1), 84-114.
- Soysal, A. (2010). Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş ilinde bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 71-95.

- Takay, B. A., Tüzün, İ. K., Kıral, S., Çiftçi, S. ve Batum, U. (2014). *Ankara'da kadın girişimciliği örnekler ve yol haritası*. Ekim 2014 Araştırmalar Serisi-2. Ankara: Ankara Kalkınma Ajansı.
- Tekin, M. (2005). *Hayallerin gerçeğe dönüşümü: Girişimcilik*. Konya: Günay Ofset.
- Tekin, M. (2012). *Üretim yönetimi*. Konya: Günay Ofset.
- Tosunoğlu, T. (2003). *Girişimcilik ve Türkiye'nin ekonomik gelişme sürecinde girişimciliğin yeri*. Doktora tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- TÜSİAD. (2002). *Türkiye'de girişimcilik*. TÜSİAD Yayınları.
- Üreten, S. (2002). *Üretim / işlemler yönetimi stratejik kararlar ve karar modelleri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Üreten, S. (1998). *Üretim / işlemler yönetimi planlama ve denetim kararları, karar modelleri ve iyileştirme yaklaşımları*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Weiler, S. ve Bernasek, A. (2001). Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social Science Journal*, 38, 85-103.
- Yamak, O. (1999). *Üretim yönetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Yaşar, F. (2017). *Düzce ilinde kadın girişimcilik profilinin belirlenmesi*. Yüksek lisans tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Yetim, N. (2002). Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği. *Ege Akademik Bakış; Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 2(2), 79-92.
- Yörük, D. ve Ağca, V. (2006). Bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki farklar: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(8), 155-173.

Mesleğ Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Yönelik Bir Araştırma: Pamukkale Üniversitesi Örneği

Dr. Mehmet Kızıloğlu^{1*}

Geliş tarihi: 21.02.2019

Kabul tarihi: 27.02.2019

Atıf bilgisi:

Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 119-134 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 28%

¹Pamukkale Üniversitesi,
Türkiye, mkiziloglu@pau.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-6098-3980

* Sorumlu yazar

ÖZ

Günümüzde çalışanlar bilgi ve beceri birikimlerini devamlı şekilde ilerletebilecekleri, çalışma saatlerini ve koşullarını kendilerinin belirleyebilecekleri, özel yaşamlarının dikkate alındığı, hayatlarını anlamlı hale getiren, kendilerini mutlu edecek işlerde çalışmayı tercih etmektedirler. Dolayısıyla kariyer başarısının anlam değiştirdiği ve bireyin çalıştığı örgütten memnun kalmasını değil, kariyerinin tüm alanına yayılmış etkilerinden memnun olması gerektirdiği anlamını taşımaktadır. Böyle bir başarı yönelimi ise örgüt uygulamalarını aşan ve bireyin kendisine ait ortaya koyduğu başarı kriterlerine yönelen bir kariyer planlamayı gerektirmektedir. Bireysel kariyer planlamada demografik faktörler, ekonomik ve sosyal faktörler, devletin belirlediği yasalar, ülkenin içinde bulunduğu sosyal ve politik faktörler gibi etkenler temel belirleyicileri konumundadır. Bu çalışmanın amacı Pamukkale Üniversitesi'nde göreve yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki eden faktörlerin neler olduğunu ve bu faktörlerin ne derecede etkilediğini ortaya koymaktır. Araştırma sonucunda kişisel özellikler ve yetenekler ile mesleğin saygınlığının kariyer planlamada son derece etkili iken yasal zorunlulukların ise etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Planlama, Bireysel Kariyer Planlama, Öğretim Elemanları

A Research on Career Planning of Beginning Teaching Staff: Sample of Pamukkale University

Dr. Mehmet Kızıloğlu^{1*}

First received: 21.02.2019

Accepted: 27.02.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 119-134 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 28%

¹Pamukkale Üniversitesi,
Türkiye, mkiziloglu@pau.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-6098-3980

* Corresponding Author

ABSTRACT

Today, employees prefer to jobs that allow them to improve their knowledge and skills constantly, determine work hours and conditions themselves, that in which their private lives are taken into consideration and their lives are meaningful, and that will make them happy. Therefore, it means that the meaning of success in career has changed and that the individual should not merely be satisfied in the organization, but rather be satisfied with the influence of his entire career on every aspect. Such orientation about “success” requires a career planning that transcends organizational practices and leads to the success criteria of the individual. Demographic, economic, social, and political factors, as well as legislation determined by the state are essential in individual career planning. The aim of this study is to reveal which factors affected the career planning of the instructors who are new to Pamukkale University and in what way. As a result, personal characteristics and capabilities, and the reputation of the profession is highly effective in career planning whereas the legal obligations are not effective at all.

Keywords: Career Planning, Individual Career Planning, Instructors

GİRİŞ

Günümüzde pek çok alanda hızlı bir dönüşüm yaşanmaktadır. Ekonomi, teknoloji ve iletişim alanında meydana gelen bu değişim ve gelişmeler karşısında rekabetin yapısında bazı değişiklikler görülmüştür. Teknoloji ve bilgi kullanımının yaygınlaşması ile birlikte rekabet daha çok artmıştır. Çalışma hayatında yaşanan değişimlerle günümüzde kariyer başarısının anlamının da değiştiği söylenebilir. Bilgi temelli çalışanların ortaya çıkması ile birlikte örgütlerde uzun yıllar çalışarak maddi kazanç elde etmenin değişen örgütsel yapılar açısından değerlendirildiğinde etkisini kaybettiği görülmektedir.

Çalışanlar bilgi ve beceri birikimlerini geliştirebilecekleri, özel hayatlarının dikkate alındığı, çalışma saatlerini kendilerinin belirlediği, onları mutlu ve yaşamlarını anlamlı kılan işler aramaktadırlar. Dolayısı ile kariyerin anlamının değişime uğradığı ve bireyin belirli bir örgütteki gelişiminden memnun olmasından ziyade bireyin tüm yaşamından memnun olacağı bir yaşam aradığı söylenebilir. Bahsedilen bu yaklaşım örgüt uygulamalarını aşan ve bireyin kendine yönelik kariyer planlamasını gerektirmektedir. Bu anlamda bireyin kariyer ölçütleri ise yine kendisinin ortaya koyacağı hedeflerle ilişkilidir.

Birey kariyer planlamasını yaparak ihtiyaçları ile fırsatlar arasındaki en uygun ilişkiyi kurmayı amaçlamakta ve kendine göre bir karar vererek sorunlarını çözüme kavuşturmaktadır. Bunun sonucu da birey yapmış olduğu işlerde daha mutlu ve daha verimli bir şekilde hareket edebilmektedir. Ayrıca bireyler yapmış oldukları kariyer planları sonucu geleceğini tahmin edebilen, kendisini neyin beklediğini bilen, amacını ona göre oluşturan, yüksek motivasyona sahip ve kendini işe adayın özgüven sahibi bireyler ortaya çıkmaktadır. Bu vesile ile bireyler kendi bilgilerini test edip, fırsat karşısında kendilerini konumlandırabilmektedirler. Genel anlamda değerlendirildiğinde görülmektedir ki, kariyer planlama kavramı aslında birey açısından çok boyutlu bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kariyer Kavramı

Kariyer sözcüğü kullanıldığı zaman herkesin aklında değişik kavramlar canlanmaktadır. Türkçeye Fransızca "carriere" sözcüğünden giren kavram, çoğu kez meslekte yükselme, statü elde etme, ilerleme, tercih edilen bir meslek sahibi olma şeklinde algılanmaktadır. Kariyer kavramı, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde, bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan da yola çıkarak kariyerin, genellikle meslekte yükselme, belirli bir statü elde etme, ilerleme ve tercih edilen bir meslek sahibi olma şeklinde ele alındığı söylenebilir (Sabuncuoğlu, 2005, s. 168). Kariyer kavramı; iş hayatı boyunca daha iyi noktalara gelerek başarıyı yakalayıp meslekte ilerlemek, ve bireyin tüm bu iş hayatı boyunca üstlendiği rolleriyle ilgili tecrübelerinin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Taşlıyan vd., 2011, s. 233). Seymen ve Bolat (2010) kariyeri 'kişinin kendisi için ya da kendisine bağlı olan kişiler için istediği yaşam tarzına sahip olabilmek için yaşam boyunca elde ettiği bilgi, beceri ve deneyimlerinin uzun dönemli birikimi' şeklinde tanımlamaktadır. Günümüzde oldukça sık kullanılan bu kavramla ilgili yakın bir zamana kadar insanların akıllarına sadece yüksek maaş ve yüksek statü gelmekteydi. Kariyeri sadece yüksek ücret ile sınırlamak ve sadece yüksek düzeydeki yöneticilerin kariyer sahibi olacağı gibi yanlış bir inanç vardı. Oysa günümüzde, kariyer kavramının ifade ettiği anlam oldukça değişmiştir.

Greenhaus'a göre kariyer iki şekilde tanımlanmaktadır. İlk tanıma göre kariyer; bir meslek veya bir organizasyonun niteliğidir. Yani bireyin bir meslek veya bir organizasyon içindeki kariyer hareketlerini ifade etmektedir. İkinci tanımda ise kariyer; meslek veya organizasyonun değil bireylerin niteliğidir. Bireyler yaptıkları işler sonucunda kendilerine özgü bir kariyere sahip olmaktadır (Greenhaus, 1987, s. 5).

Birey açısından kariyer sözcüğü, bir işe sahip olmanın ötesinde bir anlam taşımaktadır. Buna göre kariyer daha çok para, sorumluluk, prestij ve mesleki saygınlık elde etmeyi ifade etmektedir. Bir başka deyişle, bir kariyere sahip olmak bir işe sahip olmaktan farklı bir nitelik taşır. Bu anlamda kariyer, kişinin başarıma duygusu, karşılaşılabileceği olanaklar, psikolojik ödüller ve daha iyi yaşam biçimi ile ilişkilidir (Demirbilek, 1994, s. 71).

Kariyer bireyin çalışma hayatı boyunca üstlendiği işlerin bir bütünü olarak tanımlanırsa da bu tanımın ötesinde daha geniş bir anlam taşır. Bir kişinin kariyeri, sadece onun sahip olduğu işler değil, işyerinde kendisine verilen iş rolüne ilişkin beklenti, amaç, duygu ve arzularını gerçekleştirebilmesi için eğitilmesi ve böylece sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek ve çalışma arzusu ile o işletmede ilerleyebilmesi anlamını taşımaktadır. Son zamanlara kadar kariyer, genellikle ilerleme anlamında kullanılırken, günümüzde sadece ilerleme anlamına gelmemekte, iş deneyimleri sonucu ilerleme yerine, bilgi kazanılan bir süreç olarak kabul edilmektedir. Bu süreçte kazanılan bilgi, kişinin iş deneyimleri sırasında kazandığı becerileri, uzmanlığı ve ilişkiler ağını da içine almaktadır (Erdoğan, 2002, s. 11).

1.2. Kariyer Aşamaları

Kariyer aşamaları, bireyin bir işe başlangıcından bitimine kadar yaşadığı süreçlerdir. Bu nedenle bireyin işe başlama yaşı, kariyer başlangıcı için çok önemli olmaktadır. Bununla birlikte, birey bir işi bir süre yaptıktan sonra farklı bir işe başladığında kariyer aşamalarını sırasıyla yaşayacaktır (Çalık ve Ereş, 2006, s. 53).

Kariyer aşamalarına ilişkin çok sayıda modelden biri De Cenzo'nun kariyer geliştirme modelidir. De Cenzo ve arkadaşları, kariyer geliştirme modelini iş için hazırlığın başladığı dönemden itibaren yaş dönemlerine göre beş aşamada oluşturmuşlardır. Kariyer keşif aşaması, işletmeye giriş ve kariyer aşaması, kariyer ortası aşaması, kariyer sonu aşaması ve emeklilik aşaması olarak sırayla incelemek mümkündür (Aytaç, 2005, s. 62). Bu aşamaların özellikleri kısaca şöyle açıklanabilmektedir:

Kariyer Keşif Aşaması: Genelde 20'li yaşların ortasında sona eren, okuldan ilk işe başlayınca kadar geçen süre olarak tanımlanmaktadır. Keşif aşamasında bireyler ne tür görevlerin ilgilerini çektiğini teşhis etmeye çalışmaktadırlar.

İşletmeye Giriş ve Kariyer Başlangıcı Aşaması: 25 yaşlarında başlayıp 35 yaşlarına kadar süren bir ilerleme aşamasıdır. Bu dönem süresince güvenlikten daha çok; başarı, saygınlık ve özerklik ihtiyacı ön plandadır. Terfi ve ilerleme için sorumluluk alma, bağımsız karar verme bu dönemin özelliklerindedir.

Kariyer Ortası Aşaması: Performans düzeyinde düşüklük ya da performans bozukluğunun bir başlangıç süreci olarak tanımlanabilmektedir. Örgüt bu aşamada bireyin performansını değerlendirmede bulunduğu konumu dikkate almalı ve yaşıyla ilgili özellikleri de değerlendirmelidir.

Kariyer Sonu Aşaması: Bireyin kariyerinin en uzun safhası olup kariyer yaşamının sonuna geldiği aşama olarak tanımlanabilmektedir. Önceki yıllarda güçlendirilen kariyerin son yıllarına yaklaştığı bir dönem olarak görülmektedir. Bu dönem emekliliğe kadar sürmekte ve bireyler genelde himayeci özelliği taşımaktadır.

Emeklilik Aşaması: Genelde 55 veya 65 yaşlarında oluşmaktadır. Emeklilik yaklaştıkça bireyin gücü, sorumlulukları ve kariyeri azalmaktadır. Emeklilik, bir çalışanın kariyerinin son bulmasıdır ve bu durum bazı bireyler için bir şoktur.

1.3. Kariyer Planlama

Sürekli bir değişim içerisinde olan koşullara uyum sağlama çabalarının, iş piyasaları açısından ortaya çıkardığı değişimler; örgütlerin ayakta kalması ve başarılı olmasında, beşeri sermayeyi geliştirmede ve daha esnek bir örgüt içindeki organizasyon yapısını sağlamada kariyer planlamasının önemi artmıştır. Özellikle örgütlerin ihtiyaç duydukları nitelikli eleman bulmalarındaki zorluk, şimdiki ve gelecekteki pozisyonları doldurma ihtiyacı kariyer planlama faaliyetleri üzerinde daha fazla durulmasını gerektirmiştir. Bu çerçevede örgütler, kariyer planlaması uygulamalarıyla önemli bir üstünlük sağlamış olurlar. Ayrıca kariyer planlaması, bireysel kariyer planlarının uygulanmasına destek sağlayarak, çalışanlara bu konuda yardımcı olmakta; böylelikle işletme ve bireyler, amaçlarını gerçekleştirme olanağına kavuşmaktadırlar (Bingöl, 2003, s. 248).

Kariyer planlanmasında asıl sorumluluk bireyin üzerindedir. Fakat bu konuda işletmeler bireylere yardımcı olabilir. Bireyler mesleki danışmanlık ve çalışma grupları sayesinde kendi yeteneklerini ve

ilgi alanlarını daha iyi anlamakta ve bunları işletme içindeki ve dışındaki kariyer fırsatlarıyla karşılaştırabilmektedirler (Palmer ve Winters, 1993, s. 134-135). Bu anlamda kariyer planlama, çalışanların sahip oldukları fırsatları görebilmesi, kariyeriyle ilgili amaçlar ortaya koyması, bunun için gerekli yolları belirlemesi ve zaman planlaması yaparak eğitim ve iş uygulamaları ile ilgili bir faaliyet çizelgesi oluşturması olarak tanımlanabilir (Kocabey, 2010, s. 94). Kariyer konusunun insan hayatının önemli bir kısmını oluşturduğu düşünüldüğünde yaşam kalitesini ve tatminini önemli ölçüde etkilen bir kavram olduğu söylenebilir.

1.4. Bireysel Kariyer Planlama ve Aşamaları

Bireysel kariyer planlama, bireyin kendi bilgi düzeyini, becerilerini, ilgi alanlarını ve içinde bulunduğu çevreyi dikkate alarak, iş hayatı ile ilgili hedefler belirlemesi ve bu hedeflere ulaşmasına yardımcı olacak faaliyetleri önceden düzenlemesidir (Uğur, 2003, s. 246).

Örgüt içerisindeki bütün çalışanlar, kendi kariyerinden ve onun gelişiminden sorumludur. Bu sorumluluğu yerine getirmek isteyen bir çalışan öncelikle kendine yönelik gelişmeye açık yönlerini ortaya koyabilmelidir. Bu anlamda kendisini iyi tanıyan bir bireyin öncelikli olarak kendisini geliştirmesi ve güçlü yönlerini de ortaya koyarak kariyer planlaması için ilk adımını atmalıdır. Bu aşamadan sonra birey kendisine ait bir kariyer planlamasını ortaya koymalıdır. Bu planlar ortaya konulduğunda amaçlara ulaşmak daha kolay olacaktır ve örgütte bireysel kariyer planlamalarına yönelik politikalarını daha sağlıklı oluşturabilecektir (Beach, 1980, s. 183).

Bireysel kariyer planlamayı başarıya götüren beş temel şart aşağıda belirtilmiştir (Uzun, 2003, s. 95):

- Bireysel anlamda performansın geliştirilebilmesi başarının temel koşuludur. Ancak, iyi bir performans elde edebilmek önemli ve zor çabaların sonunda ortaya çıkabilir.
- Bireysel kariyerin yönetimi bireyin kendi elindedir. Karar almada aktif rol oynama ve sorumluluk üstlenme kariyer gelişiminin ilk koşuludur.
- Kariyerin üst basamaklarına ulaşabilmek için çalışmak ve önemli bir çaba ve mücadele göstermek gerekir.
- Örgüt içinde alt ve üst kademede çalışanlarla iyi ilişkiler kurulmalıdır.
- Kariyer gelişiminde yapılan işin her yönüyle iyi öğrenilmesi şarttır.

Bireysel kariyer planlama kendini tanıma ve değerlendirme, örgüt içi ve dışı fırsatları değerlendirme, kendi şartlarına uygun hedefler belirleme, kariyer planlarının hazırlanması ve çalışma programına yansıtılması aşamalarını içeren bir süreçtir.

Kendini Tanıma ve Değerlendirme: Kariyer planlaması bireyin kendini tanımasıyla başlamaktadır. Bu aşamada kişi gerçekçi olarak kendini değerlendirmeli, zayıf ve güçlü yönlerinin ortaya koyarak, yetenek, beceri ve ilgi alanlarının tam bir analizini yapmalıdır. Kendini tanımadan başlanan bir kariyer planlama, eksik bilgilerle doludur ve kişiyi yanlış hedeflere götürebilmektedir (Doughall ve Vaughan, 1996:38; Bingöl, 2003, s. 250).

Örgüt İçi ve Dışı Fırsatları Değerlendirme: Birey bu aşamada kariyer alanlarındaki farklı seçenekleri belirlemeye çalışmaktadır. Kariyer alternatiflerinin ortaya konmasından sonra bireyin ilgi ve davranışlarına yönelik iş tercihlerinin azaltılması bu aşamada fırsatları belirlerken kendi yetenek, ilgi ve değerlerini, sosyal çevresini, psikolojik özelliklerini dikkate almalıdır (Milkovich, 1985, s. 425). Bu aşamada kariyer olanaklarının da değerlendirilmesi söz konusudur. Birey örgüt içinde olduğu kadar örgüt dışında da edinebileceği fırsatları değerlendirmelidir (Fındıkçı, 1999, s. 346). Ayrıca kariyer hedeflerini ve işe yönelik öncelikleri ortaya koyma, mesleki imkanları araştırma, mesleki yenilikleri takip etmek de önemlidir (Çiftçi ve Cevher, 2014).

Kendi Şartlarına Uygun Hedefleri Belirleme: Bu aşamada, istenilen kariyer düzeyine ulaşabilmek için hedeflerin belirlenmesi sürecidir. Belirlenen hedeflere ulaşmak için kariyer seçenekleri bir öncelik sırasına konulmalıdır. Kariyer hedeflerinin belirlenmiş olması, olanaklarının değerlendirilmesini sağlamaktadır. Hedef belirlemede, hedefin bireyin kişilik özelliklerine uygun olması önem

taşımaktadır (Palmer, 1993, s. 82). Kişi, güçlü ve zayıf taraflarını, değerlerini, ilgi alanlarını ve fırsatlara yönelik bilgileri değerlendirdikten sonra kariyer hedeflerini belirleyecektir (Beach, 1980:185).

Kariyer Planlarının Hazırlanması ve Çalışma Programına Yansıtılması: Bu aşamada birey ilk üç aşamanın sonunda belirlemiş olduğu hedefe ulaşmak için neyi, ne zaman, nasıl yapacağını planlamak durumundadır. Bunu yaparken çalışanlar kolaylaştırıcı kısıtlayıcı bütün faktörleri dikkate almak zorundadır. Çünkü iş ortamında bireyin kişisel kariyer planını uygulamasına katkıda bulunacak olumlu faktörler bulunacağı gibi kariyer planlama sürecini yavaşlatacak birtakım engeller de bulunabilmektedir (Raymond, 1999, s. 341).

Kişisel Kariyer Kararının Verilmesi: Kişi kendisini tanıdıktan ve mevcut durumunu değerlendirdikten sonra kariyeri ile ilgili karar vermeden önce kararını etkileyebilecek bilgileri ne kadar iyi toplarsa ve değerlendirirse, kararlarının kalitesi o derece yüksek olacaktır. Ayrıca karar verme de bir süreci gerektirmektedir. Bu süreç sorunun açık bir şekilde tanımlanması ile başlamakta ve karar kriterlerini tanıma, alternatifleri geliştirme, her bir alternatifi değerlendirme ile devam ederek karar alma ile son bulmaktadır (Çetin, 1996, s. 124).

1.5. Kariyer Planlamanın Amaçları

Kariyer planlaması yapılırken uyulması gereken temel prensip, kişilerin yeteneklerinin ele alınması ve gelecekte ihtiyaç olunan yeteneklerin tespit edilmesidir. Kariyer planlamasının temelini bireysel amaçlar meydana getirmektedir. Çünkü amaçlarını belirlemiş bireyler karşılıklarına çıkan fırsatları daha iyi değerlendirebilirler. Kariyer planlamasının amaçları şu şekilde sıralanabilir (Aytaç, 2005, s. 141):

- Bireylerin kendilerine ait kariyer başarılarını gerçekleştirmek,
- İnsan kaynaklarının etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak,
- Yükselme ihtiyaçlarının tatmini için çalışanın geliştirilmesini sağlamak,
- Yeni ve farklı bir alana giren çalışanın değerlendirilmesini sağlamak,
- İyi bir eğitim ve kariyer olanaklarının bir neticesi olarak iş performansının yükseltilmesini sağlamak,
- Çalışanın iş tatminini, işe bağlılığını ve kendine olan güvenini sağlamak,
- Bireysel eğitim ve geliştirme ihtiyaçlarının daha iyi şekilde belirlenmesini sağlamak,
- İş güvenliğini sağlamak.

Örgütlerde kariyer planlaması yapmanın temel amacı, örgütün ve bireyin etkinlik ve verimliliğinin artırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda örgütlerin kariyer planlaması yapmadaki bir diğer amacı çalışanların tam kapasite ile çalışmalarını sağlayarak işletmenin kendi amaçlarına ulaşmasının sağlanmasıdır. Ayrıca kariyer planlaması çalışanlarda örgütsel bağlılığı meydana getirerek aidiyet duygusunu geliştirir.

1.6. Bireysel Kariyer Planlamanın Temel Belirleyicileri

Bireysel anlamda değerlendirildiğinde kariyer planlamayı çok sayıda faktör etkileyebilmektedir. Bunların başında demografik faktörler, ekonomik ve sosyal faktörler, devletin belirlediği yasalar, ülkenin içinde bulunduğu sosyal ve politik faktörler gibi etkenler bireyin kariyer planlamasının temel belirleyicileridir (Rood, 1965, s. 78).

Demografik Faktörler: Bireyin kariyer planlamasında etkili olan temel faktörlerden en önemlisi demografik faktörlerdir. Bunlar; aile, yaş, cinsiyet ve kişinin sahip olduğu kişisel ve özel yetenekleridir.

- **Aile:** Aile eve okulun kariyer seçimini genel olarak etkilediği görülmektedir. Aile faktörünün kariyer gelişimine etkileri üzerinde birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Yapılan birçok

araştırma aileinin demografik özelliklerinin kariyer tercihlerini ve gelişimini etkilerini ortaya koymak üzere tasarlanmıştır. Ailenin gelir ev sosyo-ekonomik seviyesi seviyesi, anne babanın eğitim düzeyleri ve işleri gibi faktörler ailenin demografik özelliklerini oluşturmaktadır. Araştırmalar bu etmenlerden bir kısmın kariyer tercihinin anlamlı bir etki sağladığını ortaya koyarken bir kısmı ise tam tersi bir sonuç ortaya koymuştur. Bu durumun nedeni ise aile etkilerinin niceliksel olarak ölçülebilmesinin zorluğundan kaynaklanmaktadır (Kuzgun, 2000:109).

- **Yaş:** Kariyer planlamada etkisi olan faktörlerden bir diğeri de yaştır. Bireyin içinde bulunduğu yaş yapılacak olan kariyer planlamasını da etkilemektedir. Eğer bireyin yaşı büyük ise kariyer planlamasını her meslek için gerçekleştirememektedir (Pekkaya ve Çolak, 2013, s. 799).
- **Cinsiyet:** Kariyer planlaması yaparken bireyin cinsiyeti de rol oynamaktadır. Cinsiyetin belirlediği roller, toplumda kişilerin gerçekleştirmesi gereken görevlerin cinsiyetler arasında dağılımını belirlemektedir. Toplumsal anlamda farklı cinsiyet rollerine bağlı olarak erkeklerin ve kadınların kariyer gelişimleri de farklılık gösterebilmektedir (Bal, 1998, s. 144).

Kişisel Özellikler ve Yetenekler: Bireyin kişiliği ve yetenekleri kariyer planlamasında önemli bir etkidir. Bireyin kişisel anlamda sahip olduğu değerlerin gelişiminde ailenin büyük fertleri ve öğretmenlerinin sergilediği davranışlar ile toplumsal etkiler önemli rol oynamaktadır (Can, 2002, s. 347).

Yasal Faktörler: Yasal faktörler bireyin kariyer planlamasına etkileyen bir diğer önemli faktördür. Yasal faktörler olarak söz edilen kanunlarla düzenlenmesi yapılmış ve bireyin kariyer yapmasında öncelikli olan konulardır. Örneğin; ülkemizdeki zorunlu askerlik sistemi erkeklerin kariyer planlamasında ve gelişiminde önemli bir etkiye sahiptir. Benzer şekilde devlet memurluğu ile ilgili bazı kademelerde siyasi yasaklı veya hükümlü olmama şartı gibi maddeler yer almaktadır (Erdoğan, 2003, s. 75).

Sosyal Faktörler: Bireyin sosyal anlamdaki geçmişi, ailenin ekonomik durumu, anne baba ilişkisi ve yaşanan sosyal çevre kariyer seçimini etkileyen önemli etkenlerdendir. Yapılan araştırmalarda göstermektedir ki; eğitim düzeyi düşük ailelerin çocuklarının anne babanın beceri gerektirmeyen işlerini tercih etme olasılıklarının yüksek olduğu, iyi eğitim almış ailelerin çocuklarının ise daha çok yönetsel ve profesyonel işlere yöneldikleri görülmektedir (Aytaç, 2005, s. 77). Bunlarla birlikte bireyin çevresindeki yakınları, arkadaşları ve öğretmenleri de kariyer seçiminde etkileyici olabilmektedir.

Ekonomik Faktörler: Kariyer seçimini etki eden bir diğer faktör ise ekonomik faktörlerdir. Ekonomi, eğitim hayatında birçok kişinin kariyer eğilimini etkilediği gibi ve tercih edilecek olan mesleğin ekonomik getirisi de kariyer seçimini etkilemektedir. Özel üniversitelerin hızlı bir şekilde artması, ekonomik durumu iyi olanların istedikleri işlere yönelmelerini de kolaylaştırmıştır. Kariyer tercihinde yapılacak işin sunduğu ekonomik faktörler içerisinde, yapılacak işin ekonomik kazancının yüksek olması, çalışana sağladığı sosyal güvence ve sigorta hizmetlerinin kapsamının geniş olması ve devlet memurluğu gibi alınacak maaşın devlet tarafından güvence altında olması gelmektedir (Akman, 2017).

2. YÖNTEM

Araştırmanın amacı, belirlenen örnek kitlede yer alan çalışanların kariyer planlamalarına etki eden faktörlerin neler olduğunu ve hangi derecede etkilediğini ortaya koymak amacıyla yapılmış bir çalışmadır.

Araştırmanın evrenini Denizli ilinde yer alan Pamukkale Üniversitesi'nde görev yapan öğretim elemanları oluşturmaktadır. Pamukkale Üniversitesi'nde son 5 yılda istihdam edilen öğretim elemanı ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın örneklem grubunu, araştırma kapsamında yer alan tüm

çalışanlardan basit, rastlantısal örnekleme yoluyla belirlenen 102 kişi oluşturmaktadır.

Yapılan araştırmada hedef kitle belirlendikten sonra hedef kitleye ulaşmak için en etkili bilgi toplama yönteminin anket olduğuna karar verilmiştir. Anket yönteminin seçilmesinden sonra konu ile ilgili soru formu hazırlanmıştır. Soru formu, Sav, D. (2008) 'Kariyer Planlamada Etkili Olan Faktörler ve Üniversitelerin Etkisi Üzerine Bir Araştırma' isimli çalışmada kullanılan bir anketten oluşturulmuştur. Soru formu ile çalışanların kariyer ile ilgili tutumları ve bu tutumlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Soru formu 5 dereceli Likert tipi 30 sorudan ve katılımcıların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Bu sorular 10 grup altında toplanmıştır. Bu gruplar sırası ile aile, sosyal çevre, yasal zorunluluklar, kişisel özellikler ve yetenekler, ekonomik faktörler, eğitim, mesleğin zorluk derecesi, mesleğin saygınlığı, güncel gelişmeler ve üniversite ile ilgili bölümlerden oluşmaktadır. Her sorunun yanında beş cevap şıkkı yer almaktadır. Anket çalışmasının puanlamasında (1) Son Derece Etkili, (2) Büyük Ölçüde Etkili, (3) Kararsızım, (4) Büyük Ölçüde Etkili Değil, (5) Hiç Etkili Değil şeklinde olmak üzere 5 dereceli likert tipi maddeler kullanılmıştır. En son bölümde ise katılımcılara ait demografik verilerin elde edilmesi amacıyla çalışanların cinsiyet, yaş ve eğitim durumu gibi kişisel özelliklerini öğrenmeye yönelik sorular yer almaktadır. Araştırma sonucu elde edilen veriler SPSS programında analiz edilmiştir.

Çalışmada toplam 102 geçerli anket formu toplanmıştır. Bu anketlerden katılımcıların demografik verilerine ilişkin elde edilen sonuçlar aşağıdaki Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Örneklem Grubunun Demografik Dağılımı

Değişkenler		N	%	Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Erkek	69	67.6	Eğitim	Lisans	24	23.5
	Kadın	33	32.4		Yüksek Lisans	60	58.8
Yaş	26-30	51	50.0	Doktora	18	17.6	
	31-40	48	47.1				
	41-50	3	2.9				
Toplam		102	100	Toplam		102	100

Araştırmaya katılan çalışanların tamamı öğretim elemanı pozisyonunda görev yapmaktadırlar. Üniversitede görev yapan öğretim elemanlarının cinsiyet dağılımına bakıldığında %67.6'lık çoğunluğun erkek, %32.4'ünün ise kadın olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların eğitim durumları itibari ile dağılımına bakıldığında; yaklaşık % 23.5'inin lisans, %58.8'lik kısmın yüksek lisans ve %17.6'sının da doktora mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan çalışanların yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında; %50'sinin 26-30 yaş grubu arasında, %47.1'inin 31-40 yaş grubu arasında ve %2.9'unun 41-50 yaş grubu arasında yer aldığı saptanmıştır. Çalışanların yoğunluklu olarak 26-40 yaş grubu arasında ve oranın da %97 civarlarında olduğu görülebilmektedir.

3. BULGULAR

Araştırmanın bulguları kısmında bireylerin kariyer planlamasına etki eden faktörler ve önem dereceleri ile birlikte bazı demografik verilerle aralarında farklılaşma ele alınmıştır.

3.1. Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etki Eden Faktörler

Bu bölümde mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etki eden faktörler; Aile, Sosyal Çevre, Yasal Zorunluluklar, Kişisel Özellikler ve Yetenekler, Ekonomik Faktörler, Eğitim, Mesleğin Zorluk Derecesi, Mesleğin Saygınlığı, Güncel Gelişmeler ve Üniversite faktörleri altında incelenmiştir. Yapılan değerlendirmelerde aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri temel alınmıştır. Faktörlerle ilgili değerlendirme yapılırken yöntem kısmında da belirtildiği üzere ters kodlama yapılarak (1) Son Derece Etkili ile (5) Hiç Etkili Değil arasında bir değerlendirme

yapılmıştır. Bu bağlamda her bir olguya ait aritmetik ortalama değeri yükseldikçe, o olgunun etki derecesinin azaldığı, değer azaldıkça da etki derecesinin yükseldiği kabul edilmiştir.

Tablo 2. Aile Faktörünün Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Anne	102	1	5	2,94	1,650
Baba	102	1	5	3,21	1,702
Kardeş	102	1	5	3,12	1,552
Akrabalar	102	1	5	3,68	1,408
F1	102	1	5	3,21	1,414

Bu çerçevede aile faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablodaki değerlerden ailenin mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyi ortalama 3,2’lik değer ile “orta derecede” olduğu görülmektedir. Aile faktörünü oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında en yüksek etkinin anneye ait olduğu, anneyi ise babanın ve kardeşin takip ettiği görülmektedir. Anne, baba ve kardeşin değerlerinin birbirine yakın olması çok ciddi bir farkın olmadığını ve benzer etki düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Akrabaların ise kariyer planlamalarını önemli ölçüde etkilemedikleri görülmektedir.

Tablo 3. Sosyal Çevrenin Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Öğretmenler	102	1	5	3,29	1,548
Arkadaşlar	102	1	5	3,35	1,475
Aile Dostları	102	2	5	3,32	1,173
F2	102	1	5	3,32	1,234

Sosyal çevre faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 3’de gösterilmiştir. Tablodaki değerlerden sosyal çevrenin mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 3,3’lük değer ile “Orta Derecede” olduğu saptanmıştır. Sosyal çevre faktörünü oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında en yüksek etkinin öğretmenlere ait olduğu, öğretmenleri ise aile dostları ve arkadaşların takip ettiği görülmektedir. Genel anlamda sosyal çevrede yer alan faktörler benzer ve orta derecede bir etkiye sahiptir.

Tablo 4. Yasal Zorunlulukların Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Askerlik yükümlülüğü	69	1	5	4,09	1,345
Mecburi hizmet zorunluluğu	102	1	5	4,35	1,300
İkinci bir iş yapamama	102	2	5	4,24	1,130
F3	102	2	5	4,17	,869

Yasal zorunluluklar faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 4’de verilmiştir. Tablodaki değerlerden yasal zorunlulukların mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 4,2’lik ortalama değer ile ‘büyük ölçüde etkili olmadığı’ görülmektedir. Yasal zorunluluklar faktörünü oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında ise etki düzeyi en düşük olandan itibaren bir sıralama yaptığımızda mecburi hizmet zorunluluğu, ikinci iş yapamama ve askeri yükümlülük seçenekleri karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 5. Kişisel Özellikler ve Yeteneklerin Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Mesleğin kişisel özelliklerinize uygunluğu	102	1	2	1,29	,462
Mesleğin yeteneklerinize uygunluğu	102	1	3	1,41	,557
Mesleğin gerektirdiği bilgi düzeyi ve kapasite	102	1	3	1,29	,676
F4	102	1	3	1,33	,449

Kişisel özellikler ve yetenekler faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 5’de verilmektedir. Tablodaki değerlerden kişisel özellikler ve yeteneklerin mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 1,3’lük ortalama değer ile ‘son derece etkili’ olduğu görülmektedir. Kişisel özellikler ve yetenekler faktörünü oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında her üç olgunun birbirine yakın etki derecesine sahip oldukları, bunun yanında bir sıralama yapmak gerekirse mesleğin kişisel özelliklere uygunluğu ve mesleğin gerektirdiği bilgi düzeyi ve kapasite özelliğini mesleğin yeteneklere uygunluğu özelliğinin takip ettiği söylenebilir.

Tablo 6. Ekonomik Faktörlerin Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Mesleğin yüksek getirisinin olması	102	1	5	2,65	1,300
Mesleğin güvenli bir geleceğinin olması	102	1	5	2,06	1,632
Mesleğin sunduğu özel sağlık hizmetleri ve sosyal imkânlar	102	1	5	2,68	1,804
İş bulma olasılığının yüksek olması	102	1	5	2,82	1,749
F5	102	1	5	2,55	1,417

Ekonomik faktörlerin mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etki düzeyi Tablo 6’da gösterilmiştir. Ekonomik faktörlerin mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına yönelik etki düzeyi ortalama 2,5’lik değer ile ‘büyük ölçüde etkili’ olduğu belirtilmektedir. Ekonomik faktörleri oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında mesleğin geleceğinin güvenli olması en fazla etkiye sahip olgu olduğu, bunu sırasıyla mesleğin kazancının yüksek olması, mesleğin sağladığı özel sağlık hizmetleri, sosyal imkânlar ve iş bulma olasılığının yüksek olması olgularının takip ettiği görülmektedir.

Tablo 7. Eğitim Faktörünün Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Gerekli eğitimin uzun sürmesi	102	1	5	2,44	1,133
Gerekli eğitimin güç olması	102	2	4	2,65	,917
F6	102	1	4	2,54	,772

Eğitim faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 7’de gösterilmiştir. Eğitim faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 2,5’lik değer ile ‘büyük ölçüde etkili’ etkili olduğu görülmektedir. Eğitim faktörleri oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında gerekli eğitimin uzun sürmesi ve gerekli eğitimin güç olmasının birbirine yakın derecede etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Mesleğin Zorluk Derecesinin Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Yoğun mesai	102	1	5	3,15	1,417
Seyahat	102	1	5	3,18	1,403
F7	102	1	5	3,16	1,358

Mesleğin zorluk derecesi faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 8’de verilmektedir. Tablodaki değerlerden mesleğin zorluk derecesinin ortalama 3,2’lik ortalama değer ile mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına çok etkili olmadığı ve ‘orta düzeyde’ bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Mesleğin zorluk derecesi faktörünü meydana getiren ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında yoğun mesainin seyahatten daha fazla etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Mesleğin Saygınlığının Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Saygın bir meslek olması	102	1	2	1,41	,500
Yükselme imkânları sunması	102	1	2	1,18	,387
Geçerliliğini ilerde de koruyacak olması	102	1	4	2,00	1,101
F8	102	1	2	1,52	,465

Mesleğin saygınlığı faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 9’da verilmektedir. Tablodaki değerlerden mesleğin saygınlığının mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 1,5’lik değer ile ‘son derece etkili’ olduğu görülmektedir. Mesleğin saygınlığı faktörünü oluşturan saygın bir meslek olması ve yükselme imkânları sunması kariyer planlaması açısından son derece önemli birer faktör olarak karşımıza çıkarken, geçerliliğini ilerde de koruyacak olması maddesinin ise büyük ölçüde etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Güncel Gelişmelerin Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Ülkenin içinde bulunduğu durum	102	1	5	2,32	1,609
Ülkenin gelecekteki durumu	102	1	5	2,41	1,598
Güncel ekonomik gelişmeler	102	1	5	2,56	1,709
Güncel politik gelişmeler	102	1	5	3,09	1,443
F9	102	1	5	2,59	1,431

Güncel gelişmeler faktörünün mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 10’da gösterilmiştir. Güncel gelişmelerin mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 2,6’lık değer ile önemli ölçüde etkili olduğu görülmektedir. Güncel gelişmeler faktörünü oluşturan ifadelerin göreceli olarak etki dereceleri ele alındığında ülkenin mevcut durumu, ülkenin gelecekteki durumu ve güncel ekonomik gelişmelerin eşit derece etkiye sahip olduğu, güncel politik gelişmelerin ise en az etkiye sahip olgu olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 11. Üniversitenin İmkânlarının Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etkisi

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
Maddi Destek	102	1	5	2,41	1,598
Sosyal Etkinlikler	102	1	5	2,65	1,535
F10	102	1	5	2,52	1,527

Üniversitelerin sunduğu etkinlik ve imkânlarının mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etkileri Tablo 11’de sunulmuştur. Tablodaki değerlerden üniversitelerin sunduğu etkinlik ve imkânlarının mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarına etki düzeyinin ortalama 2,5’lik değer ile ‘büyük ölçüde etkili’ etkili olduğu görülmektedir. Üniversitelerin sunduğu etkinlik ve imkânları oluşturan ifadelerin göreceli etki dereceleri ele alındığında maddi destek olanaklarının, sosyal etkinlik olanağına göre daha yüksek öneme sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 12. Mesleğe Yeni Başlayan Öğretim Elemanlarının Kariyer Planlamasına Etki Eden Faktörler

	N	Min.	Maks.	Ort.	Std. Sapma
F1	102	1,25	5,00	3,2132	1,41439
F2	102	1,33	5,00	3,3235	1,23497
F3	102	2,33	5,00	4,1765	,86936
F4	102	1,00	2,33	1,3333	,44947
F5	102	1,00	5,00	2,5515	1,41793
F6	102	1,50	4,00	2,5441	,77232
F7	102	1,00	5,00	3,1618	1,35803
F8	102	1,00	2,33	1,5294	,46506
F9	102	1,00	5,00	2,5956	1,43154
F10	102	1,00	5,00	2,5294	1,52723

Mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etki eden faktörlerin etki dereceleri karşılaştırmalı olarak Tablo 12’de gösterilmiştir. Tablodaki değerlerden mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına en fazla Kişisel Özellikler ve Yetenekler ve Mesleğin Saygınlığının etkilediği ve son derece etkili olduğu görülmektedir. Bu çerçevede bu iki değişenin temel belirleyiciler olarak adlandırılabilir. Kişisel Özellikler ve Yetenekler ve Mesleğin Saygınlığı faktörünü Üniversitesinin Sağladığı Olanaklar, Eğitim, Ekonomik Faktörler ve Güncel Gelişmelerin takip ettiği görülmektedir. Mesleğin Zorluk Derecesi, Aile ve Sosyal Çevre orta derecede etkilerken, Yasal Zorunluluklar büyük ölçüde bir etkiye sahip değildir.

3.2. Çalışanların Kariyer Planlamasına Etki Eden Faktörlerin Demografik Faktörlere Göre Farklılaşma Durumu

Çalışanların kariyer planlamasına etki eden Aile, Sosyal Çevre, Yasal Zorunluluklar, Kişisel Özellikler ve Yetenekler, Ekonomik Faktörler, Eğitim, Mesleğin Zorluk Derecesi, Mesleğin Saygınlığı, Güncel Gelişmeler ve Üniversite faktörlerinin cinsiyet ve yaş durumuna bağlı olarak farklılaşma durumu ele alınmış ve elde edilen sonuçların anlamlı olduğu ilgili ortalamalar verilerek bulgular yorumlanmıştır.

Tablo 13. Aile, Kişisel Özellikler ve Yetenekler ile Üniversite Faktörleri İle Cinsiyet İlişkisi

Faktör	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	Sig.
Aile	Erkek	69	3,76	1,27	0,000
	Kadın	33	2,06	0,94	
Kişisel Özel. ve Yet.	Erkek	69	1,44	0,48	0,027
	Kadın	33	1,09	0,21	
Üniversite İmkânlar	Erkek	69	2,93	1,44	0,023
	Kadın	33	1,68	1,12	

Çalışanların cinsiyetlerine göre aile, kişisel özellikler ve yetenekler ile üniversitenin sağladığı imkânlarla ait faktörler arasındaki farklılaşma durumu Tablo 13’de verilmiştir. Tablodaki ortalama değerler ve t-testi sonuçları bir arada değerlendirildiğinde yukarıda belirtilen faktörler ile cinsiyet arasında bir farklılık olduğu saptanmıştır. Aile, kişisel özellikler ve yetenekler ile üniversitenin sağladığı imkânlarla ait faktörlerin bayan çalışanlar üzerindeki etkisinin erkeklerden daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Ortalama değerler de dikkate alındığında bu farklılaşma net olarak görülebilmektedir.

Tablo 14. Sosyal Çevre, Ekonomik Faktörler, Mesleğin Saygınlığı ve Güncel Gelişmeler Faktörleri İle Yaş İlişkisi

Faktör	Yaş	N	Ort.	Std. Sapma	Sig.
Sosyal Çevre	26-30	51	2,84	0,850	0,011
	31-40	48	3,93	1,317	
Ekonomik Faktörler	26-30	51	1,69	0,286	0,000
	31-40	48	3,56	1,498	
Mesleğin Saygınlığı	26-30	51	1,27	0,317	0,002
	31-40	48	1,81	0,454	
Güncel Gelişmeler	26-30	51	1,82	0,339	0,000
	31-40	48	3,51	1,423	

Çalışanların yaşlarına göre sosyal çevre, ekonomik faktörler, mesleğin saygınlığı ve güncel gelişmelere ait faktörler arasındaki farklılaşma durumu Tablo 14’de verilmiştir. Tablodaki ortalama değerler ve t-testi sonuçları bir arada değerlendirildiğinde yukarıda belirtilen faktörler ile yaş arasında bir farklılık olduğu saptanmıştır. Sosyal çevre, ekonomik faktörler, mesleğin saygınlığı ve güncel gelişmelere ait faktörlerin 26-30 yaş arasındaki çalışanlar üzerindeki etkisinin 31-40 yaşları arasındaki çalışanlara göre daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Ortalama değerler de dikkate alındığında bu farklılaşma net olarak görülebilmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Kariyer bireylerin geleceklelerini şekillendiren en önemli unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler yapmış oldukları kariyer planları doğrultusunda geleceklelerine yön vermekte ve bu yönde ilerlemeyi tercih etmektedirler. Görülmektedir ki kariyer planlaması bireylerin hayatında önemli bir yere sahiptir. Gerçek anlamda kariyer yaşam serüveni, eğitim alarak bir yerlere gelmek isteyen bireylerde bilinçli ya da bilinçsiz olarak kazandıkları üniversitelerdeki eğitimleriyle başlamaktadır. Genellikle alınan eğitim doğrultusunda şekillenen bireyin kariyer planlaması demografik, sosyal, yasal ve ekonomik faktörlerden önemli derecede etkilenmektedir.

Bu kapsamda Pamukkale Üniversitesinde mesleğe son 5 yıl içerisinde başlamış 102 öğretim elemanının kariyer planlamaları incelemek amacıyla yapılmış olan bu çalışmanın sonuçları aşağıda sıralanmıştır.

- Mesleğe yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamasına etki eden faktörler arasında; Kişisel Özellikler ve Yetenekler ile Mesleğin Saygınlığının öğretim elemanlarının kariyerlerinin temel belirleyicileri olduğu ve bu faktörlerin *son derece etkili* olduğu ortaya konulmuştur.
- En çok etkiye sahip olan Kişisel Özellikler ve Yetenekler ile Mesleğin Saygınlığı olarak belirtilen iki faktörden sonra Üniversitenin Sağladığı İmkânlar, Eğitim, Ekonomik Faktörler ve Güncel Gelişmelerin öğretim elemanlarının kariyer planlamaları açısından *büyük derece bir etkiye* sahip olduğu görülmektedir.
- Mesleğin Zorluk Derecesi, Aile ve Sosyal Çevre Faktörlerinin ise öğretim elemanlarının kariyer planlamasının *orta derecede bir etkiye* sahip oldukları saptanmıştır.
- Aile faktörünü oluşturan maddelerin göreceli etki dereceleri incelendiğinde ise en yüksek etkinin anneye ait olduğu görülmektedir. Anneyi ise babanın, kardeşin ve akrabaların izlediği

saptanmıştır. Sosyal çevre faktörü açısından düşünüldüğünde ise öğretmen, arkadaş ve aile dostlarının birbirine yakın ve orta derece bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bunları ise yoğun mesai ve seyahat takip etmektedir.

- Yasal zorunlulukların ise öğretim elemanlarının kariyer planlamalarında *büyük ölçüde bir etkiye sahip olmadığı* görülmektedir.
- Mesleğin kişisel özelliklerle ve yeteneklerle uygunluğu ve mesleğin gerektirdiği bilgi düzeyi ve kapasite ise kariyer planlaması açısından *son derece önemli* görülmektedir. Bütün bunların yanında mesleğin saygın olması, yükselme imkânlarının olması ve geçerliliğini ilerde koruyacak olması da öğretim elemanlarının kariyer planlamasında *son derece önemli* bir yer tutmuş ve etkilemiştir.
- Üniversitenin sağlamış olduğu maddi destekler, mesleğin yüksek getirisinin olması, güvenli bir geleceğinin olması, ülkenin içinde bulunduğu durum ve gelecekteki durumu gibi faktörler de *büyük ölçüde* kariyer planlamalarını *etkilemiştir*.

Bütün bu sonuçlar değerlendirildiğinde görülmektedir ki mesleğin yeni başlayan öğretim elemanlarının kariyer planlamalarını etkileyen en önemli faktörlerin öncelikli olarak mesleğin kişisel özellik ve yeteneklerle uygun bir özelliğe sahip olması ve saygın bir meslek olması öncelik tercihleri arasında yer almıştır. Kariyer planlamalarının öncelikli adımlarından biri her zaman tercih edilecek olan mesleğin kişinin kendi kişisel özellik ve yetenekleri ile örtüşmesi olmuştur. Bununla birlikte toplumsal açıdan değerlendirildiğinde de akademisyen olmanın gerek Türkiye’de gerekse de diğer ülkelerde saygın bir yeri olduğu bilinmektedir. Yılmaz’ın (2006) yaptığı çalışmada kariyer planlaması ile kişilik özelliklerinin birbiri ile ilişkili olduğu ve aynı zamanda bireylerin saygınlık ihtiyaçlarını karşılayarak yüksek motivasyonla çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Göksel (2012) ve Şahin’in (2009) çalışmalarında da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu açıdan düşünüldüğünde ortaya çıkan sonuçlar birbiri ile örtüşmektedir.

Bütün bunların yanında her zaman saygın bir yere sahip olan ve aynı zamanda da ülkedeki diğer kurumlarla da kıyaslandığında da üniversitelerin maddi ve sosyal anlamda çalışanlarına destek vermesi ve ekonomik anlamda düşünüldüğünde ülke standartlarında bir getiri sağlaması da öğretim elemanlarının kariyer planlamaları açısından büyük ölçüde etkili birer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özetle, göreve yeni başlayan öğretim elemanlarının attıkları ilk adım her kariyer planlamasında atılması düşünülen ve genelde ilk adım olan mesleğin kişisel özellik ve yetenekler ile uygun olması özelliğini düşünerek planlamalarını yapmaları olmuştur. Bunu da icra edecekleri mesleğin saygın bir meslek olması takip etmiştir. Ekonomik ve eğitim faktörleri büyük ölçüde bir etkiye sahipken, aile, sosyal çevre gibi faktörlerin ise ortalama bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bununla birlikte yasal zorlukların ise kariyer planlaması açısından nerdeyse hiç etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın bundan sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutması adına birtakım öneriler ortaya konulabilir. Bu çalışmada ve diğer çalışmalarda da örneklem seçiminde karşılaşılan aksaklıklar nedeniyle çalışmalar belirli sayıda katılımcı ve kurum ile gerçekleştirilebilmektedir. Çalışmalarda elde edilen sayılar her ne kadar istatistiksel olarak yeterli sayılarda olsa da, daha farklı özelliklere ve düşüncelere sahip kurumlardaki çalışanlara ulaşılmada yetersiz kalınabilmektedir. Bu nedenle zaman ve maliyet kriterleri aşılabilmek için el verildiği ölçüde farklı kurum ve sektörlerde, bölgelerde ve ülkelerde yer alan firmalardaki katılımcıların yer aldığı yeni çalışmaların yapılması önemli ve yararlı sonuçlar ortaya koyabilir. Bununla birlikte yapılacak olan çalışmaların farklı yöntemler izleyerek yapılmasının yazına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Bilgilendirme / Acknowledgement: Bu çalışma, 07-09 Nisan 2018 tarihlerinde Antalya’da gerçekleştirilen ‘İnsan ve Toplum Bilimleri Sempozyumu’nda sunulan sözlü bildirin genişletilmiş şeklidir.

KAYNAKÇA

- Aytaç, S., (2005). *Çalışma yaşamında kariyer yönetimi, planlaması, geliştirilmesi sorunları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bal, N. P., (1998). *Ergenlik döneminde mesleki karar verme olgunluğunun incelenmesi ve mesleki karar verme eğitim programının etkisinin araştırılması*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Bingöl, D. (2003). *İnsan kaynakları yönetimi*. 5. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- Beach, D. S. (1980). *Managing people at work*. Mc Millian Publishing.
- Can, H. (2002). *Organizasyon ve yönetim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çalık, T. ve Ereş, F. (2006). *Kariyer yönetimi*. 1. Basım. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çetin, C. (1996). Kariyer planlaması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1).
- Çiftçi, M. ve Cevher, E. (2014). Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı öğrencilerinin kariyer olanaklarına bakış açılarının içerik analizi ile incelenmesi: Facebook örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*: 218- 227.
- Demirbilek, T. (1994). Örgütlerde kariyer danışmanlığı hizmetleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2).
- Doughall, M, ve Vaughan, E. (1996). Changing expectations- career development: Implications for organizations and for social marketing. *Journal of Management Development*, 15(9).
- Erdoğan, N. (2002). *Yeni kariyer yaklaşımları ve kariyer değerlerindeki değişim*. 1. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 10 - 11 Mayıs, İzmit.
- Erdoğan, N. (2003). *Kariyer geliştirme kuram ve uygulama*. Ankara: Nobel Yayınları, 75-82.
- Fındıkcı, İ. (1999). *Bilgi toplumunda: Yöneticilerde kendini geliştirme*. İstanbul: Kültür Koleji Vakfı Yayınları.
- Göksel, N. (2012). *Bilişim Sektöründe Kariyer Planlamasının Motivasyona Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova.
- Greenhaus, J. H. (1987). *Career management*. USA: The Dryden Press.
- Kocabey, U. (2010). *İşletmelerde performans değerlendirme, geri bildirim, kariyer planlama ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilere yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Kuzgun, Y. (2000). *Meslek danışmanlığı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Milkovich, G. (1985). *Personnel management, a diagnostic approach*. 4. Edition. Business Publication.
- Palmer, M. (1993). *Performans değerlendirmeleri*. (Şahiner, D., çev.). İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Palmer, M. ve Kenneth T.W. (1993). *İnsan kaynakları*. (Şahiner, D., çev.). İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Pekkaya, M. ve Çolak, N. (2013). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen faktörlerin önem derecelerinin ahp ile belirlenmesi. *International Journal of Social Science*, 6(2), 797-818.
- Raymond, N.A. (1999). *İnsan kaynaklarının eğitim ve gelişimi*. (Çetin, C., çev.). İstanbul: Beta Yayını.
- Rood, A. (1965). *Realizing your executive potential*. New York: Mc-Graw-Hill Inc.
- Sav, D., (2008). *Bireysel kariyer planlamada etkili olan faktörler ve üniversitelerin etkisi üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). *İnsan kaynakları yönetimi*. Bursa: Alfa Yayınları.

- Seymen, O.A. ve Bolat, T. (2010). *Bireysel kariyerin planlanması*, İçinde: Çalışma Yaşamında Bireysel Gelişim Turizm İşletmelerinden Örnekler ve Uygulamalar. (Özmen, Ö.N.T. ve Topaloğlu, ed.) İstanbul: Beta Basım Yayın, 373-398.
- Şahin, G. (2009). *Kariyer planlamanın işletmelerde çalışan motivasyonu üzerindeki etkisi ve bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taşlıyan, M., N. Arı ve B. Duzman. (2011). İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlama ve kariyer yönetimi: İİBF öğrencileri üzerinde bir alan araştırması. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 231-241.
- Uğur, A. (2003). İnsan kaynakları yönetimi. Sakarya: Sakarya Kitapevi.
- Uzun, T. (2003). İnsan kaynakları yönetimi'nde etkin bir yöntem: Kariyer planlaması. *İş, Güç - Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5(2).
- Yılmaz A. G. (2006). *İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlamanın çalışanın motivasyonu üzerine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi

Dr. Öğretim Üyesi Bilgehan Tekin^{1*}

Geliş tarihi: 13.12.2018

Kabul tarihi: 25.02.2019

Atf bilgisi:

*Uluslararası Bilimsel
Araştırmalar Dergisi (IBAD)*

Cilt: 4 **Sayı:** 1

Sayfa: 135-150 **Yıl:** 2019

Dönem: Kış

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 18%

¹ Çankırı Karatekin Üniversitesi, Türkiye,
btekin@karatekin.edu.tr,

ORCID ID 0000-0002-4926-3317

* Sorumlu yazar

ÖZ

Banka müşterilerinin çalıştıkları bankaları nasıl seçtikleri sorusu araştırmacılar tarafından geçmişten günümüze sürekli olarak incelenmiştir. Bu tür soruların cevaplarının araştırılması bankaların yeni müşteriler kazanmak ve mevcut müşterileri elde tutmak için gerekli olan uygun pazarlama stratejilerini belirlemelerine yardımcı olmaktadır. Bankacılık sektöründe artan rekabet ve bankaların sunduğu hizmetlerin benzerliği, müşterilerin finansal kurum tercihlerini etkileyen temel faktörlerin belirlenmesi konusunu daha da önemli hale getirmektedir. Katılım Bankacılığı veya İslami Finans bankacılık sektöründe alternatif finans kurumlarından biridir. Katılım Bankacılığı ile kendilerini geleneksel bankacılık sistemi dışında tutan fakat aynı zamanda birikimlerinin değerlendirilmesine ve fona ihtiyaç duyan kesimler için alternatif bir seçenek sunulmaktadır. Bu çalışma, reel ve potansiyel olarak banka müşterisi, finansal sistem katılımcısı veya aktörü olarak değerlendirilebilecek üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı terim ve hizmetleri konusundaki bilgi, farkındalık ve algı düzeylerinin anlaşılmasını amaçlamıştır. Bu çalışmada ayrıca öğrencilerin çeşitli demografik özellikleri ile aldıkları eğitimin ve bunun yanı sıra dini hassasiyetlerinin katılım bankacılığı ile ilgili algı ve bilgi düzeylerine etkisi de incelenmiştir. Öğrenciler, belli sayıda ders kredisini tamamlamış olanlardan ve ekonomi, finans ve bankacılık alanları ile ilgili en az 2 ders almış olan öğrencilerden seçilmiştir. Çalışmada toplam 324 öğrenciye anket uygulaması yapılmış söz konusu anketlerden 293 tanesi analize uygun bulunmuştur. Çalışma sonucunda İslami Bankacılık ve uygulamalarının Çankırı Karatekin Üniversitesi öğrencileri arasında bilgi ve farkındalık düzeylerinin oldukça düşük olduğu gözlenmiştir. Katılım bankası tercihinde din faktörü etkili bir faktördür. Ayrıca yapılan bağımsız gruplar t testi sonuçlarına göre İslami bankacılığa yönelik olumlu algı ile tercih edilme düzeyi arasında pozitif bir ilişki söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankacılığı, İslami Finans, Bilgi, Algı, Farkındalık

The Effect of University Students' Preferences, Perception and Awareness Levels on Participation Banking

Asst. Prof. Bilgehan Tekin^{1*}

First received: 13.12.2018

Accepted: 25.02.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 134-150 **Year:** 2019

Session: Winter

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 18%

¹ Cankiri Karatekin University, Turkey,
btekin@karatekin.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-4926-3317

* Corresponding Author

ABSTRACT

The question of how bank customers choose the banks that they work with has been continuously examined by researchers from past to present. The search for answers to such questions helps banks identify the appropriate marketing strategies needed to win new customers and retain existing customers. Increasing competition in the banking sector and the similarity of the services offered by banks make it even more important to determine the key factors that affect the preferences of the customers. Participation Banking or Islamic Finance is one of the alternative financial institutions in the banking sector. With Participation Banking, an alternative option is offered for those who keep themselves out of the traditional banking system but who also need debt and to invest their funds. This study aimed to understand the level of knowledge, awareness and perception of participation banking terms and services of university students who could be evaluated as real and potentially bank customers, financial system participants or actors. This study also examined the effect of the students' perceptions and knowledge on the participation banking function, services and products in the education system of finance and banking. The students were selected from students who have completed a certain number of course credits and have taken at least 2 courses in economics, finance or banking. In the study, a total of 324 students were surveyed and 293 of them were found suitable for the analysis. Factor analysis, ANOVA analysis, independent groups t test, regression analysis, correlation analysis methods were used in the study. As a result of the study, it was observed that the level of knowledge and awareness of Islamic Banking and its applications was very low among the students of Çankırı Karatekin University. Religious factor is an effective factor in the choice of participation bank. There is also a positive relationship between the positive perception of Islamic banking and the level of preference.

Keywords: Participation Banking, Islamic Finance, Knowledge, Preference, Awareness.

1. GİRİŞ

İslam dini Müslümanların faizle işlem yapmalarını veya faizle borç alıp vermelerini yasaklar. Diğer bir deyişle İslam dini kişilerin sabit bir getiri elde etmelerini katlanılan riske ortak olmaları şartına bağlı kılmıştır (Ariff, 1988). Katılım bankacılığı veya diğer İslam ülkelerindeki ifadesi ile “İslami Bankacılık” temel anlamda Müslüman ülkelerde yaşamın her alanında İslam Hukuku ilkelerine uymakla yükümlü olan Müslüman bireylerin birikimlerinin finansal sisteme dâhil edilmesini sağlamak ve onların ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulmuş bir sistemdir. İslami bankacılık ile kendilerini geleneksel bankacılık sistemi dışında tutan fakat aynı zamanda birikimlerinin değerlendirilmesine ve fona ihtiyaç duyan kesimler için alternatif bir seçenek sunulmaktadır. Bununla birlikte İslami bankacılık mevcut finansal sistemi kolaylaştırmayı da amaçlamaktadır. Bu nedenle, konu ile ilgili yapılan çalışmalarda görüldüğü gibi Müslümanların yanı sıra gayrimüslimler tarafından da bu sistemin sunduğu hizmetlere karşı olumlu tepkiler verilmekte ve ilgi gösterilmektedir (Abdullah, Sidek & Adnan, 2012; Harun, Rashid & Hamed, 2015).

İslami finans sistemi ilk defa 1963 yılında Mısır’da Ghamr Savings Bank’ın kurulması ile ortaya çıkmış ve daha sonra diğer İslam ülkelerinde ve Birleşik Krallık’ ta uygulanmaya başlanmıştır. 1970’li yıllarda sayıları ciddi seviyelere ulaşmıştır. Türkiye’de ise ilk olarak 1983 yılında “Özel Finans Kurumları” adı altında kurumsallaşmış, 2005 yılında ise Bankacılık Kanununda yapılan düzenleme ile Türk Bankacılık Sistemine “Katılım Bankacılığı” adı altında dâhil edilmiştir (Toraman, Ata ve Bagan, 2015). Türkiye bankacılık ve finans sistemi içerisinde şu an 3 adet özel sermayeli 2 adet ise kamu sermayeli katılım bankası faaliyette bulunmaktadır. Türkiye’de bu sektöre adımını atan ilk finansal kurum 1984 yılında Albaraka Türk olmuştur. Daha sonra 1985 yılında Faysal Finans, 1989 yılında Kuveyt Türk, 1991 yılında Anadolu Finans, 1995 yılında İhlas Finans ve 1996 yılında Asya Finans sektöre adım atmıştır. 2005 yılında Faysal Finans ile Anadolu Finans birleşerek Türkiye Finans’ı kurmuşlardır. İhlas Finans’ın faaliyetleri ise 2001 yılında BDDK tarafından durdurulmuştur (Özdemir ve Aslan, 2017).

Türk bankacılık sektörü Cumhuriyetin ilk yıllarında Ziraat Bankası ve az sayıdaki özel yerel banka girişimi dışında tamamen yabancı sermayenin elindeydi. İzmir’de düzenlenen İktisat Kongresi’nde alınan kararlar çerçevesinde 1924 yılında İş Bankası, 1925 yılında Sanayi ve Maadin Bankaları, 1926 yılında da Emlak ve Eytam Bankası kurularak Türkiye’de milli bankacılık sisteminin ilk temelleri atılmıştır. 1930 yılında Atatürk’ün gerçekleştirdiği girişimler sonucunda T.C. Merkez Bankası Kanunu kabul edilmiştir. Sonraki süreçte Büyük Buhran ekonomik krizinin etkisinden kurtulmak için geliştirilen politikaların da etkisi ile bankacılık sisteminde kamu kesiminin sermayesi artmıştır. 1945-1946 yılları arasında bankalar mevduat toplamaya öncelik vermiş ve şube sayısını giderek arttırmışlardır. 1960-1980 yılları arasındaki dönemde ise bankalar yoğun bir şekilde kamu sermayeli yatırımların finansmanını sağlamıştır. Türk bankacılık sistemi 1980 ekonomik kararları ve 1989 yılında çıkarılan “Türk Parasının Kıymetini Koruma” ile ilgili düzenlemelerin ardından büyük gelişme göstermiş ancak 1991 yılındaki Körfez krizinden olumsuz etkilenmiştir. 1993 yılının sonları ve 1994 yılının başlarında döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar ve faiz riski ve kur riski gibi tehlikeler ortaya çıkmış ve kriz yaşanmıştır. Bu krizin sonucunda bazı bankalar kapanmıştır. 1999 yılındaki Asya Krizi ve 2000 ve 2001 yıllarında Türkiye’ de yaşanan ekonomik krizler sonrasında ise 25 banka TMSF’ye devredilmiştir. Bu gelişmeler sonucunda bankacılık sisteminin güçlendirilmesine yönelik BDDK öncülüğünde çeşitli çalışmalar yapılmış ve BDDK’nın bankacılık sektörü üzerinde artan denetimi, yeni bankacılık kanununun oluşturulması gibi alınan önlemler sonucu Türk Bankacılık sistemini güçlendirmiştir. Bugün Türk Bankacılık Sektörü, Mevduat Bankaları (Konvansiyonel Bankacılık), Katılım Bankaları (İslami-Faizsiz Bankacılık) Kalkınma ve Yatırım Bankaları olarak dört ana başlık altında sınıflandırılabilir (Oğuz, 2016). Her sınıf altında hem kamu sermayesi hem de özel sermayeli bankaları görmek mümkündür.

Günümüzde katılım bankacılığının uygulamaya koyduğu ürünler ve hizmetler sadece İslam ülkelerinde değil tüm dünya ülkelerinde giderek daha fazla talep görmektedir. Katılım Bankaları Birliği’nin 2016 yılı raporuna göre küresel finans varlıklarının %2’ ye yakın bir bölümünü temsil eden küresel faizsiz finans toplam varlıklarının 2015 yılı sonu itibarıyla 2 trilyon ABD dolarını aşmış olduğu tahmin edilmektedir (KBB, 2016). “ICD Thomson Reuters Faizsiz Finans Gelişim Raporu-2016” da yer alan verilere göre; faizsiz finans sisteminin toplam varlıkları, %8 büyüme kaydederek 2015 yılsonu itibarıyla 2.003 milyar ABD dolarına ulaşmıştır (TKBB, 2016). Türkiye’de 2016 yılında katılım bankalarının toplam aktifleri

%10,5 büyüme ile 133 milyar TL'ye ulaşmış, pazar payı ise %4,9 olarak gerçekleşmiştir. Katılım bankalarının görece temkinli politikalarla faaliyet gösterdikleri 2016 yılında reel sektöre kullandırdıkları fonların toplamı %7,2 artışla 84,8 milyar TL'ye ulaşmıştır. Toplanan ve kullanılan fonların 2016 yılında sektördeki payı sırasıyla %5,6 ve %4,8 olmuştur. Katılım bankacılığı sektörü, 2016 yılında net kârında %173 gibi yüksek bir oranla artış gerçekleştirerek 1.106 milyon TL ile yılı tamamlamıştır. Buna bağlı olarak, katılım bankalarının net kardaki toplam sektör payı %1,6'dan %2,9'a yükselmiştir (TKBB, 2016). Faizsiz bankacılık sektöründe yıllık ortalama aktif büyümesinin en hızlı olduğu ülkeler sıralamasında ise Türkiye %30 ile %43 ile birinci sırada yer alan Endonezya'nın hemen ardından gelmektedir (TKBB, 2015).

Türkiye Cumhuriyeti'nin insan sermayesi oldukça fazladır ve bu insanların büyük bir çoğunluğu İslam dinine mensuptur. Ayrıca geleneksel bankacılık sektörünün hizmet ve ürünlerinden hem bireysel kullanıcılar hem de kurumsal kullanıcılar tarafından sürekli olarak dile getirilen bir takım güven problemleri ve memnuniyetsizlikler söz konusudur. Türk bankacılık sektörünün daralması ve Türkiye'nin ekonomik göstergelerinin her geçen gün daha iyiye gitmesi gibi gelişmeler de yaşanmaktadır. Katılım Bankacılığının gelişmesi ve sektörün büyümesi beraberinde rekabeti de getirecek ve vatandaşların finansmana ve finansal ürünlere erişimlerini kolaylaştıracaktır. Ayrıca katılım bankacılığı sektörünün gelişmesi konvansiyonel bankacılığın da kendini daha fazla ve hızlı yenilemesini, daha kaliteli hizmet anlayışını ve rekabete ayak uydurmasını sağlayacak bir unsurdur.

Tüm bu faktörler göz önüne alındığında katılım bankacılığı sektörü açısından mevcut fırsatların veya potansiyelin yeterince değerlendirilemediği ve yukarıda yer alan verilerin yeterli düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Örneğin, Türkiye, katılım bankası sayısı bakımından şu an İran Suudi Arabistan, Bangladeş, Malezya, BAE, Kuveyt, Bahreyn, Katar, Türkiye ve Endonezya'nın bulunduğu listede son sıradadır. Yine aktif büyüklüğü açısından bakıldığında en son sırada yer alan Endonezya'nın sadece bir basamak üstündedir (TKBB, 2015). İslami bankacılığın ülkelerdeki pazar payı açısından bakıldığında ise listede yer alan 35 ülke arasında 19. sırada olduğu görülmektedir (IFSB, 2017). Bu nedenle Türkiye'de katılım bankacılığı sisteminin geliştirilmesine ve geniş kitlelere yayılmasına yardımcı olacak çalışmaların sayısının artması, farklı ve yol gösterici çalışmaların yapılması, yeni stratejilerin ve politikaların uygulamaya konulması gerekmektedir.

Bu çalışmada örneklem olarak, Türkiye'de bankacılık sistemi ürünlerinden ve hizmetlerinden belirli ölçülerde yararlanan veya potansiyel finansal piyasa katılımcısı olarak gelecekte aktif olarak bu piyasalarda yer alması beklenen üniversite öğrencileri alınmıştır. Böylelikle lisans eğitimi alan genç nüfusun bilgi, algı ve farkındalık düzeylerinin geleceğe yönelik farklı stratejiler ve politikalar oluşturulmasında kullanılabilir. Aynı zamanda, gelecekte bu çalışmanın bulguları ile gelinen düzey arasında karşılaştırmalar yapılabilecektir. Bu nedenlerle bu çalışma ile aynı zamanda geleceğe yönelik bir başvuru kaynağı oluşturulması ve bu şekilde Türkiye'de katılım bankacılığı sektörüne yön verenlerin alacakları kararlara yardımcı sonuçlar ortaya konulması ve mevcut politikaların eğitilmiş genç nüfustaki karşılığının değerlendirilmesine imkan tanımak amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Katılım Bankacılığı veya özellikle İslam ülkelerinde yaygın olarak kullanılan tanımlama ile İslami Finans, akademik alanda yapılan çok sayıda çalışmaya konu olmuştur. Konu ile ilgili yapılan ilk çalışmalardan sayılabilecek ve Erol & El-Bdour (1989) ve Erol, Kaynak & El-Bdour (1990) tarafından yapılan ve İslami bankacılık tercihinin etki eden faktörlerin belirlenmesini konu alan çalışmaların sonuçlarına göre bireylerin İslami finans tercihi üç temel kritere dayanmaktadır. Bunlar; hızlı ve verimli hizmet sunumu, itibar ve gizlilik. Söz konusu araştırmacılara göre dini motivasyon temel kriterlerden biri değildir.

Ahmad & Haron (2002), Malezya'daki halka açık şirketlerin finansal işlerinden sorumlu kişilerin İslami Bankacılık algılarını araştırmışlardır. Ulaştıkları bulgulara göre Malezya'daki kurumsal firmalarda finansal karar alma yetkisine sahip olan kişilerin neredeyse yarısı İslami bankacılık sisteminin geleneksel sisteme alternatif olarak iyi bir potansiyele sahip olduğuna inanmaktadır. İslami bankacılık ürün ve hizmet sağlayıcılarının, müşterilerini eğitmek ve ürünlerini pazarlamak için yeterince çaba göstermediğini tespit etmişlerdir. Pazarlama ve reklam faaliyetleri açısından eksiklikler

tespit etmişler ve bunun İslami bankacılığın daha küçük pazar payına neden olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda kurumsal müşterilerin banka seçiminde dikkate aldıkları en önemli faktörün, hizmet ve ürünlerin maliyeti olduğunu bu nedenle İslami bankacılık ürünlerinin maliyetinin en azından geleneksel bankaların maliyetleri kadar hatta daha düşük olması gerektiğini belirtmektedirler.

Bley & Kuehn (2004), üniversite öğrencilerinin geleneksel ve İslami bankacılık kavramları ve terimleri ile ilgili bilgi düzeyleri arasındaki ilişki ile din, dil ve diğer bireysel faktörlerin tercihler üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Sonuçlar, öğrenciler arasında geleneksel bankacılık terimleri ve kavramları ile ilgili bilgi düzeyinin İslami bankacılık terminolojisinden daha yüksek olduğunu göstermiştir. Arapça dil, İslami bankacılık bilgisini arttıran bir unsur olmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça hem geleneksel hem de İslami finans bilgisinin arttığı görülmüştür. Finans öğrencilerinin finansal sistemler hakkındaki bilgi düzeylerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda dini hassasiyet ile bilgi düzeyinin, tercihleri belirleyen en önemli etken olduğu görülmüştür.

Loo (2010), Müslüman ve Müslüman olmayan bireyler arasında İslami Bankacılık konusundaki tutum ve algı farklılıklarını araştırmıştır. Sonuçlar, Müslümanların İslami Bankacılığı desteklediklerini buna karşın Müslüman olmayanların ise İslami Bankacılığı Müslümanları ilgilendiren bir bankacılık sistemi olarak gördüklerini ortaya koymuştur. Bununla birlikte İslami Bankacılığa, gayrimüslim X kuşağının, diğer kesimlere göre daha olumlu yaklaştığı tespit edilmiştir.

Rustam, Bibi, Zaman, Rustam & Haq (2011), kurumsal müşterilerin Pakistan'daki İslami bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik algılarını incelemişlerdir. Veriler anket yöntemi ile Pakistan'ın tam teşekküllü altı ticari bankasının kurumsal müşterisinden toplanmıştır. Sonuçlar, İslami bankacılık ürünlerinin ve hizmetlerinin Pakistan kurumsal sektöründe iyi bir potansiyele sahip olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte kurumsal müşterilerin büyük çoğunluğunun, Pakistan'daki İslami bankacılık ürün ve hizmetleri ile ilgili sınırlı bilgiye sahip olduğu görülmüştür. Araştırmacılara göre bunun nedeni, İslami bankaların ürün ve hizmetlerini pazarlamak için yeterince çaba göstermemeleridir. Müşterileri İslami bankacılık ürünleri ve önemi konusunda eğitmek için bir ihtiyaç vardır. Katılımcıların çoğunluğu, din ve ekonomi faktörlerini, kişilerin İslami Bankacılık tercihlerinde dikkate aldıkları 2 önemli faktör olduğunu belirtmişlerdir.

Nawi, Yazid & Mohammed (2013) İslami Bankacılık tercihini belirleyen kriterler üzerine yaptıkları literatür araştırması sonucunda, bireylerin İslami bankacılığı tercih etmelerinin temel nedenlerini şeriate uygun olması, diğer bankaların dine aykırılığı, hizmet kalitesi ve cazibesi ve İslami bankacılığın gelişme potansiyeli olarak ifade etmişlerdir.

Demir & Atlı (2014), katılım bankalarını tercih eden müşterilerin katılım bankacılığı hizmetlerinden elektronik iletişim kanalları ile yararlanma düzeylerini tespit etmeye yönelik yapmış oldukları çalışmada, katılım bankalarının mevduat bankalarına göre daha kuralcı ve daha güvenli bir bankacılık modeli geliştirmeye çalıştıklarını tespit etmişlerdir. Katılım Bankalarının internet bankacılığı sistemini kullanan müşteriler zaman sınırlaması olmadan birçok bankacılık işlemini gerçekleştirdiklerini; bunun, Katılım Bankalarının tercih edilmesinde önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir.

Toraman, Ata & Buğan (2015), mevcut ve potansiyel banka müşterilerinin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik algılarını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda katılım bankacılığının kişiler tarafından yeterince bilinmediği ve potansiyel banka müşterilerinin İslami finans algısının çok zayıf olduğu anlaşılmıştır.

Noonari vd. (2015), üniversite öğrencilerinin İslami bankacılıkta kullanılan farklı kavram ve terimler hakkındaki algıları ile sunulan ürün ve hizmetler arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Ayrıca öğrencilerin yaş, cinsiyet, çalışma alanı, ikamet yeri, genel not ortalaması ve hane halkı gelirinin İslami bankacılık konusundaki algı ve bilgilerine etkisi de incelenmiştir. Sonuçlar, kişilerin dini hassasiyetlerinin, İslami bankacılığın tercih edilmesinin en güçlü göstergesi olduğunu ortaya koymuştur. Aynı zamanda, öğrencilerin İslami bankacılık hakkında iyi bir algıya sahip oldukları; ancak bilgilerinin zayıf olduğu anlaşılmıştır. Arapça dilinin öğrencilerin İslami Bankacılık ürün ve hizmetlerinin anlaşılmasını engellediği; yaş ve gelir faktörlerinin, öğrencilerin İslami bankacılık konusundaki algı ve bilgileri ile pozitif bir ilişki gösterdiği belirlenmiştir.

Özen, Şenyıldız & Akarbulut (2016) yaptıkları çalışmada hane halklarının katılım bankaları ile ilgili algılarını ölçmek istemişlerdir. Çalışmada, Uşak ilinde 510 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda bireylerin katılım bankacılığı algısının düşük olduğu görülmüş ve cinsiyet, eğitim, meslek ve gelir düzeyi gibi faktörlerin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığa neden olduğu anlaşılmıştır.

Asdullah & Yazdifar (2016), Pakistan'da genç nüfusun (18-24 yaş) İslami Bankacılığa bakış açılarını etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Sonuçlar, erkek ve kadın katılımcıları etkileyen faktörlerin benzer olmadığını göstermiştir. Kadınların, İslami Bankacılığın temel ilkeleri hakkında yeterli bilgi ve bilince sahip olmadığı sonucuna varılmıştır. Bunun, kadınların iş dünyasında yeteri kadar yer almamalarından kaynaklanabileceği ifade edilmiştir. Erkek katılımcılar, dini alguları, maliyet etkinliği ve hizmet kalitesi nedenleriyle İslami Bankacılık hizmetlerini tercih ettiklerini; gençler ise İslami banka tercihlerine ana etkenin dini motivasyon olduğunu belirtmişlerdir.

Ahmet, Bano & Dawood (2017), Pakistan'ın bir eyaleti olan Belucistan'da yaptıkları araştırmada İslami bankacılığın bireyler arasındaki algı düzeyini araştırmışlardır. Sonuçlar, bireylerin, dini faktör, kişisel ilgi, kişilik, referans grupları, sosyal refahın katkısı, şeriat kuruluna olan inanç gibi farklı nedenlerle İslami bankacılık ile ilgilendiklerini göstermiştir. Yazarlar bu durumun, bireylerin İslami bankacılığın temel prensiplerini anladıkları anlamında gelmediğini de belirtmişlerdir.

Riaz, Khan & Khan (2017), tüketicilerin Pakistan'daki İslami bankacılık ve finans konusundaki algılarını incelemişlerdir. Bulgular, Pakistan'da İslami bankacılık ve finans konusunda olumlu bir algının olduğunu ortaya koymaktadır. Farkındalık, bilgi ve dindarlık düzeyleri, İslami finans ürün ve hizmet algısı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

Anaç & Kaya (2017), İstanbul'da faaliyet gösteren dört ayrı katılım bankasının müşterilerine anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Topladıkları veriler üzerinden yaptıkları analiz sonuçlarına göre katılımcıların katılım bankası tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerin; bankaların sahip oldukları katılım bankası ve faizsiz kurum imajları ve popüleriteleridir. Diğer önemli faktörler ise sırasıyla, dini hassasiyetlerin yönlendirmesi ve banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımıdır.

3. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada veri toplanması amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket daha önce Toraman, Ata ve Buğan (2015) tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır. Ankette, öğrencilerin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi, algı ve farkındalık düzeylerini ölçen ifadeler, katılım bankası ile çalışıp çalışmama tercihleri ve demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır.

Çalışmada faktör analizleri, ANOVA analizi, bağımsız gruplar t testi, regresyon analizi, korelasyon analizi yöntemleri kullanılmıştır. Öğrenciler, belli sayıda ders kredisini tamamlamış olan ve ekonomi, finans ve bankacılık alanları ile ilgili en az 2 ders almış olan öğrencilerden seçilmiştir. Çalışmada toplam 324 öğrenciye anket uygulaması yapılmış söz konusu anketlerden 293 tanesi analize uygun bulunmuştur.

3.1. Veri Analizi ve Bulgular

3.1.1. İslami Bankacılık Algısı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı Analizler

Yapılan analize ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'de görülmektedir. Tablo 1 incelenirken öncelikle verilerin analizinde parametrik analiz yöntemlerinin uygulanabilmesi için ön şart olan normal dağılım tanımlayıcı istatistiklerden Çarpıklık-Basıklık değerlerine bakılarak değerlendirilmiştir. Söz konusu değerlerin +1,5 ile -1,5 aralığında veya +2,0 ile -2,0 aralığında olmaları normal dağılımı işaret etmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013; George & Mallery, 2010)¹. Tablo 1'den görüldüğü üzere söz konusu değerler belirtilen aralıktadır. Bu nedenle veriler normal dağılmaktadır.

¹ Dağılımın normal dağılıma göre daha solda (negatif yönlü) ya da sağda (pozitif yönlü) şekillenmesi yani normal dağılıma göre çarpık olması çarpıklık katsayısının negatif ya da pozitif değer alması sonucunu doğurur. Aynı şekilde dağılımın normal dağılıma göre daha dik (pozitif değer) ya da basık (negatif değer) olması basıklık katsayısının negatif ya da pozitif değer alması sonucunu doğurur. Tam normal dağılımın basıklık katsayısı "sıfır"dır (Brown, 1997; DeCarlo, 1997).

Ölçeğe ilişkin tanımlayıcı istatistiklere dayalı genel bir değerlendirme yapıldığında öğrencilerin ölçekte yer alan ifadelerle katılım düzeylerinin “kararsızım” seçeneğinde yoğunlaştığı belirtilebilir. Tablo 1’e göre, genel olarak öğrencilerin katılım bankacılığı konusunda değerlendirme yapabilecek bilgi ve farkındalık seviyesine sahip olmadıkları sonucuna varılabilir. Nitekim bilgi düzeyine ilişkin ifadeye katılım düzeyinin ortalamasının da kararsızım seviyesinde olduğu da görülmektedir (Tablo 1’de yer alan 2. madde). Tablo 1’de bir başka dikkat çeken unsur “İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?” sorusuna verilen cevapların daha çok “Hiç karşılaşmıyorum” ile “Nadiren Karşılaşıyorum” şeklinde verildiğidir (Tablo 3’ten daha net görülebilir). Bu sonuç, katılım bankacılığı reklamlarının üniversite düzeyindeki gençler açısından yeterli düzeyde olmadığı, ilgi çekmediği, onlara hitap etmediği veya gençlere ulaşamadığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 1: İslami Bankacılık Algısı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

MADDELER	Ortalama	Medyan	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
İslami bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?	3,14	3	0,952	-0,3	0,058
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	3,15	4	1,222	-0,525	-0,925
İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?	3,14	3	0,754	-0,243	0,872
İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?	3,18	3	0,791	-0,12	0,943
İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?	3,12	3	0,99	-0,235	-0,286
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	3,27	3	0,905	-0,356	0,023
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	3,29	3	1,038	-0,234	-0,563
İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?	2,07	2	0,932	0,649	0,083
İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?	2,63	3	1,344	0,138	-1,204
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.	3,24	3	0,974	-0,293	-0,25
İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir	3,32	3	0,86	-0,386	0,462

alternatifidir.

Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.	3,01	3	1,014	0,026	-0,449
İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.	3,12	3	0,829	-0,045	0,423
İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim	3,24	3	0,949	-0,341	-0,103
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	2,96	3	0,723	-0,272	1,619

3.1.2. Frekans Analizleri

Çalışmanın frekans analizi bölümünde öncelikle katılımcıların demografik ve diğer bilgilerine yönelik analiz gerçekleştirilmiştir. Tablo 2’ de sonuçlarına yer verilen analize göre katılımcıların %64,8’ i erkek ve %35,2 si kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %25,3’ ü 17-20 yaş aralığında ve %73,7’ si 21-25 yaş aralığındadır. Katılımcıların %25,9’ u işletme bölümü, %15’i Bankacılık ve Finans bölümü, %27,6’sı ise Bankacılık ve Sigortacılık bölümü öğrencisidir. Katılımcıların %35,2 si üçüncü sınıf, %33,4 ikinci sınıf ve %31,4 ü dördüncü sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Son olarak katılımcıların %71,3’ ü lisans öğrencisi %28,7 si ise ön lisans öğrencisidir.

Tablo 2: Frekans Analizi Sonuçları

CİNSİYET	Sıklık	Yüzde
Kadın	190	64,8
Erkek	103	35,2
Toplam	293	100,0
YAŞ	Sıklık	Yüzde
17-20	74	25,3
21-25	216	73,7
26-29	2	,7
30-35	1	,3
Toplam	293	100,0
BÖLÜM	Sıklık	Yüzde
İşletme	76	25,9
İktisat	23	7,8
Bankacılık ve Finans	44	15,0
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	37	12,6
Uluslararası Ticaret	32	10,9
Bankacılık ve Sigortacılık	81	27,6
Toplam	293	100,0
SINIF	Sıklık	Yüzde
İkinci Sınıf	98	33,4
Üçüncü Sınıf	103	35,2
Dördüncü Sınıf	92	31,4
Toplam	293	100,0
EĞİTİM DÜZEYİ	Sıklık	Yüzde
Ön lisans	84	28,7
Lisans	209	71,3
Toplam	293	100,0

İkinci adımda ise İslami bankacılığa bakış açısı ölçeğine ilişkin maddelere verilen cevapların frekanslarına bakılmıştır (Tablo 3). Tablo 3'te yer alan İslami Bakış Açısı Ölçeği sorularından ilki "İslami bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?" sorusudur. Katılımcıların %45,7'si soruya "kararsızım", %28'i "ulaşılabilir", %6,1'i ise "yeterince ulaşılabilir" şeklinde cevap vermişlerdir. "İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?" sorusuna ise katılımcıların %45,1'i "İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama ne olduğunu bilmiyorum" şeklinde %7,8'i ise "İslami bankacılığı hiç duymadım" şeklinde cevap vermişlerdir. Bir diğer soru ise "İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?" şeklindedir. Bu soruya öğrencilerin %25,6'sı "düşünüyorum", %11,3'ü "düşünmüyorum" şeklinde cevap vermişlerdir. "İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?" sorusuna %39,9'u "kararsızım", %29,4'ü "önemlidir" cevabını vermişlerdir. "Sizce İslami bir banka fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?" sorusuna %41 "kararsızım", %35,5'i ise "iyi yönetebilir" cevabını vermiştir. "İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?" sorusuna %34,1'i ederim, %4,4'ü kesinlikle ederim cevabını vermişlerdir. "İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?" sorusuna ise %39,2'si nadiren (ayda 1 defa), %1,4'ü çok sık (günde 5 defa) olarak cevap vermişlerdir. "İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?" sorusuna %31,4'ü zorunluluk hissetmem, %9,2'si ise "aşırı derecede zorunluluk hissedirim" cevabını vermiştir. "İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm" ifadesine öğrencilerin %33,8'i "katılıyorum", %16'sı ise "katılmıyorum" cevabını vermiştir. Öğrenciler "genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir" ifadesine %23,5 oranında katılıyorum, %24,2 oranında ise katılmıyorum cevabını vermişlerdir. İslami kurallara daha uygun oldukları için "İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim" ifadesine %39,6'sı kararsızım, %34,1'i "katılıyorum" ve %14,7'si "katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Bu sonuçlara göre öğrencilerin genel itibarıyla İslami bankacılık ile ilgili bilgi düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca "ulaşılabilirlik" sorusuna verilen cevaplar ile "İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır" ifadesine katılım düzeylerinden hareketle öğrencilerin İslami bankacılık farkındalık düzeylerinin orta düzeyde olduğu söylenebilir. Din faktörünün ise İslami bankacılık tercihinde yine orta düzeyde etkili bir faktör olabileceği görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin İslami bankacılığa yönelik algılarının genel itibarıyla olumlu olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 3: İslami Bankacılığa Bakış Açısı Ölçeği

İslami bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?	Sıklık	Yüzde
Ulaşılabilir değil	19	6,5
Çok az ulaşılabilir	40	13,7
Kararsızım	134	45,7
Ulaşılabilir	82	28,0
Yeterince ulaşılabilir	18	6,1
Toplam	293	100,0
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	Sıklık	Yüzde
İslami bankacılıkla ilgili çok şey biliyorum	43	14,7
İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler biliyorum	47	16,0
İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama çok azını anladım	48	16,4
İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama ne olduğunu bilmiyorum	132	45,1
İslami bankacılığı hiç duymadım	23	7,8
Toplam	293	100,0
İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle düşünmüyorum	8	2,7
Düşünmüyorum	33	11,3
Kararsızım	169	57,7
Düşünüyorum	75	25,6
Kesinlikle düşünüyorum	8	2,7

Toplam	293	100,0
İslami bankacılıktaki katılımçılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle inanmıyorum	9	3,1
İnanmıyorum	29	9,9
Kararsızım	170	58,0
İnanıyorum	71	24,2
Kesinlikle inanıyorum	14	4,8
Toplam	293	100,0
İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?	Sıklık	Yüzde
Hiç önemli değildir	19	6,5
Önemli değildir	52	17,7
Kararsızım	117	39,9
Önemlidir	86	29,4
Çok önemlidir	19	6,5
Toplam	293	100,0
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	Sıklık	Yüzde
İyi yönetemez	11	3,8
Biraz yönetebilir	40	13,7
Kararsızım	120	41,0
İyi yönetebilir	104	35,5
Çok iyi yönetebilir	18	6,1
Toplam	293	100,0
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Ederim	13	4,4
Ederim	55	18,8
Kararsızım	92	31,4
Etmem	100	34,1
Kesinlikle Etmem	33	11,3
Toplam	293	100,0
İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?	Sıklık	Yüzde
Hiç	90	30,7
Nadiren (ayda 1 defa)	115	39,2
Bazen (haftada 1 defa)	69	23,5
Sık (haftada 5 defa)	15	5,1
Çok sık (günde 5 defa)	4	1,4
Toplam	293	100,0
İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?	Sıklık	Yüzde
Zorunluluk hissetmem	92	31,4
Çok az zorunluluk hissedirim	34	11,6
Kısmen zorunluluk hissedirim	83	28,3
Zorunluluk hissedirim	57	19,5
Aşırı derecede zorunluluk hissedirim	27	9,2
Toplam	293	100,0
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	14	4,8
Katılmıyorum	47	16,0
Kararsızım	110	37,5
Katılıyorum	99	33,8
Kesinlikle Katılıyorum	23	7,8
Toplam	293	100,0
İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir.	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	10	3,4
Katılmıyorum	27	9,2
Kararsızım	133	45,4
Katılıyorum	104	35,5
Kesinlikle Katılıyorum	19	6,5

Toplam	293	100,0
Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	19	6,5
Katılmıyorum	71	24,2
Kararsızım	113	38,6
Katılıyorum	69	23,5
Kesinlikle Katılıyorum	21	7,2
Toplam	293	100,0
İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	9	3,1
Katılmıyorum	44	15,0
Kararsızım	157	53,6
Katılıyorum	69	23,5
Kesinlikle Katılıyorum	14	4,8
Toplam	293	100,0
İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	14	4,8
Katılmıyorum	43	14,7
Kararsızım	116	39,6
Katılıyorum	100	34,1
Kesinlikle Katılıyorum	20	6,8
Toplam	293	100,0
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle Katılmıyorum	12	4,1
Katılmıyorum	40	13,7
Kararsızım	194	66,2
Katılıyorum	41	14,0
Kesinlikle Katılıyorum	6	2,0
Toplam	293	100,0

3.1.3. Açıklayıcı Faktör Analizi

Verilerin faktör analizine uygunluğunun anlaşılması için KMO ve Bartlett küresellik testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4’ te görüldüğü gibidir. Tabloya göre örneklemin faktör analizine uygunluğu son derece yüksektir (0,877). KMO değerinin 0,50’ den yüksek olması yeterli kabul edilir.

Tablo 4: Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği ve Bartlett Küresellik Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçüsü		,877
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	1302,288
	sd	105
	Anlamlılık	,000

Daha sonra ölçekte yer alan her bir madde için kısmi korelasyonlara ve KMO değerlerine bakılmıştır (Ters İmaj Korelasyon Matrisi). Bu değerlerin her madde için 0,50’den büyük olduğu görülmüş ve bu nedenle veri seti faktör analizi yapmaya uygun bulunmuştur. Daha sonra faktör analizine geçilmiş ve faktör analizi sonucunda bazı maddelerin tek başına faktör oluşturdukları bazılarının ise birden fazla faktör altında yer aldıkları tespit edilmiştir. Bu maddeler veri setinden çıkartılarak faktör analizi tekrarlanmış ve en son aşamada maddelerin iki faktör altında toplandıkları görülmüştür (Tablo 5). Bunlar “İslami Bankacılık Algısı” ve “İslami Bankacılığın Sunumu” şeklinde isimlendirilmiştir.

Tablo 5: Faktör Analizi Sonucu Oluşan Faktörler

Maddelerin Faktörlere Yaptığı Katkı	
-------------------------------------	--

	“İslami Bankacılık Algısı” Faktörüne Verilen Katkı	“İslami Bankacılığın Sunumu” Faktörüne Verilen Katkı
İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim	,780	,008
İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?	,770	,060
İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?	,751	,148
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	,732	-,017
İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.	,697	,085
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	,692	,246
İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir.	,680	,057
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	,669	,085
İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?	,507	,393
İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?	,129	,736
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	,088	,733
İslami bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?	-,018	,625

Daha sonra her bir faktöre ilişkin güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar Tablo 6’ da özetlenmiştir.

Tablo 6: Güvenirlik Analizleri Sonuçları

Faktör	Madde Sayısı	Cronbach Alpha Değeri
İslami Bankacılık Algısı	9	,875
İslami Bankacılığın Sunumu	3	,527

Güvenirlik analizi sonucunda ikinci faktörün (İslami Bankacılığın Sunumu) güvenilirliğinin düşük olduğu tespit edilmiş ve bu nedenle ilişkisel analizlerde ve ortalamalar arası farklılık analizlerinde sadece birinci faktör değerlendirmeye alınmıştır. Buna göre ilgili faktörün puanı 5’ li likert ölçeğine katılım derecelerinin toplamı şeklinde hesaplanmıştır. Buradan hareketle tam puan 45’ tir. Puan arttıkça olumlu algı, azaldıkça olumsuz algı söz konusu olmaktadır.

3.1.4. İslami Bankacılık Algısı Faktörüne İlişkin Analizler

Faktör ve güvenilirlik analizlerinden sonra çalışmada öncelikle “Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?” sorusuna verilen cevaplara göre bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Sonuçlar grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığa işaret etmektedir (sig.<0.05). Buna göre soruya evet diyenlerin algı puanı daha yüksektir (Tablo 7).

Tablo 7: Bağımsız Gruplar t testi Sonuçları

	Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?	Örneklem	Ortalama	Std. Sapma	t	df	Sig.
İslami Bankacılık Algısı*	Evet	216	29,78	4,886	6,267	291	,000
	Hayır	77	25,42	6,163			

*Evet:1; Hayır:2 olacak şekilde kodlama yapılmıştır.

İkinci aşamada “Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?” sorusuna verilen cevaplara göre bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Sonuçlar grup ortalamalarında anlamlı bir farklılığa işaret etmektedir (sig.<0.05). Buna göre soruya hayır diyenlerin “İslami Bankacılık Algı Puanı” daha yüksektir (Tablo 8).

Tablo 8: Bağımsız Gruplar t testi Sonuçları

	Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?		Örneklem	Ortalama	Std. Sapma	t	df	Sig.	
	Evet	Hayır							
İslami Bankacılık Algısı	228	64	28,29	29,91	5,355	6,243	-2,056	290	,041

Ayrıca korelasyon ilişkilerine de bakılmış ve sonuçlar aşağıda yer alan Tablo 9’da görüldüğü ortaya çıkmıştır. Tabloya göre %1 anlamlılık düzeyinde İslami Bankacılık algısı ile katılım bankası tercihi arasında düşük düzeyde anlamlı pozitif bir ilişki söz konusudur. %10 anlamlılık seviyesinde ise İslami Bankacılık Algısı ile diğer ticari banka tercihi arasında düşük düzeyde anlamlı ve negatif bir ilişki söz konusudur.

Tablo 9: Korelasyon Analizi Sonuçları

İSLAMİ BANKACILIK ALGISI	Pearson Korelasyon Katsayısı	Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?	Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?
		Anlamlılık	Gözlem
		,345	-,109
		,000	,061
		293	293

3.1.5. Katılım Bankacılığı Bilgi Düzeyi ile Alınan Ders Arasındaki İlişki

Öğrencilerin aldıkları finans derslerine göre katılım bankacılığı bilgi düzeylerinin değişip değişmediği analiz edildiğinde aşağıdaki sonuçlar (Tablo 9) ortaya çıkmıştır. Buna göre Tablo 9’ de yer alan ANOVA testi sonuçlarına bakıldığında grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir (p değeri: 0,000<0.05). Dolayısıyla alınan finans dersi sayısı arttıkça öğrencilerin bilgi düzeyleri artmaktadır. Scheffe ve Tukey testleri sonuçlarında ve Tablo 9’ de yer alan tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında bu durum açık bir şekilde görülmektedir.

Tablo 10: Alınan finans dersi sayısına göre bilgi düzeyi ANOVA Analizi

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	Sig.
Bir ders aldım	31	2,52	1,288	6,549	,000
İki ders aldım	24	3,21	1,285		
Üç ders aldım	43	3,27	1,202		
Üçten daha fazla ders aldım	195	3,34	1,158		
Toplam	293	3,15	1,222		

3.1.6. Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t- Testi

Tablo 10 ve Tablo 11’de yer alan bağımsız gruplar t testi çıktılarına göre “Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?”, “Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?” ve “İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?” sorularına verilen cevaplar ile İslami bankacılık algı düzeyinin cinsiyete göre farklılık göstermedikleri görülmektedir.

Tablo 11: Grup İstatistikleri

	CİNSİYET	Örneklem	Ortalama	Std. Sapma
Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?	KADIN	190	1,25	,436
	ERKEK	103	1,28	,452
Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?	KADIN	190	1,19	,410
	ERKEK	103	1,28	,452
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	KADIN	190	3,11	1,201
	ERKEK	103	3,23	1,262

Tablo 12: Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t testi

	Ortalamaların eşitliği t testi		
	t	df	Sig.
Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?	-,535	291	,593
Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?	-1,668	291	,096
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	-,819	291	,414
İslami Bankacılık Algısı	-1,198	291	,232

3.1.7. Din Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

Yapılan analiz sonucunda Tablo 13'e göre "Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?" sorusuna verilen cevapların "İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim" ifadesine katılım derecesi gruplarına göre istatistiksel açıdan farklılaştığı görülmüştür (p değeri:0,000<0,05).

Tablo 13: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	Ortalama	Std. Sapma	F	p değeri
Katılmıyorum	57	1,47	,504	8,797	,000
Kararsızım	116	1,23	,424		
Katılıyorum	120	1,19	,395		
Total	293	1,26	,441		

Bu farklılık Tablo 14'te verilen Tukey testi sonuçlarından daha net anlaşılmaktadır. Buna göre ilgili soruya "kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum" şeklinde cevap verenlerin ortalaması 1,47 iken "kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin ortalaması 1,19'dur. Buradan hareketle ifadesine "kesinlikle katılıyorum" ve "katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin "Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı düşünür müsünüz?" sorusuna genellikle "Evet" dedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 14: Tukey Testi

İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim	İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim	Std. Hata	p değeri
Katılmıyorum	Kararsızım	,069	,002
	Katılıyorum	,069	,000
Kararsızım	Katılmıyorum	,069	,002
	Katılıyorum	,056	,743
Katılıyorum	Katılmıyorum	,069	,000
	Kararsızım	,056	,743

4. SONUÇ

Bu çalışma, reel ve potansiyel olarak banka müşterisi, finansal sistem katılımcısı veya aktörü olarak değerlendirilebilecek üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı terim ve hizmetleri konusundaki bilgi, farkındalık ve algı düzeylerinin anlaşılmasını amaçlamıştır. Ayrıca öğrencilerin gelecekte katılım bankaları tercih edip etmeme eğilimleri ve katılım bankacılığı ile ilgili algı ve düşünceleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmanın bir diğer amacı üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri ile ilgili farkındalıklarını ve algılamalarını etkileyen demografik faktörlerin araştırılmasıdır. Çalışmada ayrıca öğrencilerin aldıkları eğitimin katılım bankacılığı ile ilgili algı ve bilgi düzeylerine etkisi de incelenmiştir.

Yapılan analizler sonucunda katılım bankacılığı tercihinin katılım bankacılığı algısına göre farklılaştığı görülmüştür. Bununla birlikte katılım bankaları dışındaki bankalarla çalışmayı tercih eden katılımcıların katılım bankacılığı algı puanının daha düşük olduğu görülmüştür. Çalışma sonucunda, ayrıca, alınan finans dersi sayısı arttıkça öğrencilerin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi düzeylerinin arttığı tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, literatür kısmında belirtilen Erol ve El-Bdour (1989), Erol, Kaynak ve El-Bdour (1990) tarafından yapılan çalışmalarının bulgularından biri olan din faktörünün katılım bankalarının tercihi üzerinde etkisinin olmaması bulgusu ile uyumlu olmamakla birlikte, Bley ve Kuehn (2004), Rustam, Bibi, Zeman ve Haq (2011), Navi, Yazid ve Muhammed (2013), Toraman, Ata ve Buğan (2015), Noonari vd. (2015), Özen, Şenyıldız ve Akarbulut (2016), Asdullah ve Yazdifer (2016), Ahmed, Bono ve Dawood (2017), Riaz, Khan ve Khan (2007), Anaç ve Kaya (2017) tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile genel anlamda uyumludur.

Çalışma sonucunda, katılım bankacılığı ve ürün ve hizmetlerinin Çankırı Karatekin Üniversitesi öğrencileri arasında bilinirlik ve farkındalık düzeylerinin oldukça düşük olduğu gözlenmiştir. Buradan hareketle genç nüfusa yönelik bankacılık ürün ve hizmetlerinin pazarlanma faaliyetlerinin daha etkin bir şekilde yapılması gerektiği söylenebilir. Bu çalışma temelde iki noktada önem arz etmektedir. Bunlardan birincisi, çalışmanın, Türkiye’de potansiyel genç müşteriler bağlamında katılım bankacılığının bilinirliğini ve tercihinin ve bu tercihi etkileyen faktörlerin araştırılmasını konu almasıdır. Bu özelliği ile literatürdeki bir boşluğu doldurmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmanın bulguları gelecekteki benzer çalışmalar için başlangıç noktası oluşturabilir. Diğer yandan bu çalışma, katılım bankalarının yöneticilerinin genç müşterilerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen unsurları belirlemelerine yardımcı olacak sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu sayede daha uygun pazarlama stratejileri geliştirmeleri söz konusu olabilecektir. Ayrıca gelecekte etkin birer finansal piyasa katılımcısı olma potansiyeli taşıyan gençlerin katılım bankacılığı ile ilgili olarak daha fazla bilgilendirilmesine yönelik çalışmaların artırılması, sektörün gelecekte daha fazla gelişmesi ve büyümesi için önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdullah, A. A., Sidek, R. ve Adnan, A. A. (2012). Perception of non-Muslims customers towards Islamic banks in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 3(11).
- Ahmad, N. ve Haron, S. (2002). Perceptions of Malaysian corporate customers towards Islamic banking products and services. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), 13-29.
- Ahmed, J., Bano, S. ve Dawood, L. (2017). Understanding Islamic banking: The perception and thoughtfulness of customers about Islamic banking in the context of Balochistan. *Journal of Islamic Banking & Finance*, 34(3).
- Anaç, T. ve Kaya, F. (2017). Bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmesini etkileyen faktörler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (15), 145-182.
- Ariff, M. (1988). Islamic banking. *Asian-Pacific Economic Literature*, 2(2), 48-64.

- Asdullah, M. A. ve Yazdifar, H. (2016). Evaluation of factors influencing youth towards Islamic banking in Pakistan. *ICTACT Journal on Management Studies*, 2(1).
- Bley, J. ve Kuehn, K. (2004). Conventional versus Islamic finance: student knowledge and perception in the United Arab Emirates. *International Journal of Islamic Financial Services*, 5(4), 17-30.
- Brown, J., D., (1997). *Shiken: JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 1(1), 20-23. [ISSN 1881-5537]. http://jalt.org/test/bro_1.htm
- DeCarlo, L. T. (1997). On the meaning and use of kurtosis. *Psychological methods*, 2(3), 292.
- Demir, Ö. ve Atlı, Y., (2014). Katılım bankalarında internet bankacılığı: Elazığ ili örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2).
- Erol, C. ve El-Bdour, R. (1989). Attitudes, behaviour, and patronage factors of bank customers towards Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 7(6), 31-37.
- Erol, C., Kaynak, E. ve Radi, E. B. (1990). Conventional and Islamic banks: Patronage behaviour of Jordanian customers. *International Journal of Bank Marketing*, 8(4), 25-35.
- George, D. ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 17.0 update* (10a ed.). Boston: Pearson.
- Harun, T. W. R., Rashid, R. A. ve Hamed, A. B. (2015). Factors influencing products' knowledge of Islamic banking employees. *Journal of Islamic Studies and Culture*, 3(1), 23-33.
- IFSB (2017). <http://www.ifsb.org/docs/IFSB%20IFSI%20Stability%20Report%202017.pdf>, Erişim Tarihi:10.01.2018
- Loo, M. (2010). Attitudes and perceptions towards Islamic banking among Muslims and non-Muslims in Malaysia: implications for marketing to baby boomers and x-generation. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(13), 453-485.
- Nawi, F. A. M., Yazid, A. S. ve Mohammed, M. O. (2013). A critical literature review for Islamic banks selection criteria in Malaysia. *International Business Research*, 6(6), 143.
- Noonari vd. (2015), Knowledge and perception of students regarding Islamic banking: A case study of Hyderabad Sindh Pakistan. *Information and Knowledge Management*, 5(7).
- Oğuz, A. B. (2016). Türkiye kamu, özel sermayeli mevduat ve katılım bankalarının 2005-2013 arasındaki bazı bilanço kalemlerinin karşılaştırılması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 225-241.
- Özdemir, M. ve Aslan, H. (2017). Türkiye'de İslami finansın dönüşümünün ekonomi politiği, siyaset, ekonomi ve toplum araştırmaları vakfı raporu.
- Özen, E., Şenyıldız, L. ve Akarbulut, K. (2016). Faizsiz bankacılık algısı: Uşak ili örneği. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies*, 2(4), 1-19.
- Riaz, U., Khan, M. ve Khan, N. (2017). An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 9(4), 337-358.
- Rustam, S., Bibi, S., Zaman, K., Rustam, A. ve Haq, Z. U. (2011). Perceptions of corporate customers towards Islamic banking products and services in Pakistan. *The Romanian Economic Journal*, 41, 107-123.

- Tabachnick, B.G ve Fidell L.S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Boston: Pearson.
- TKBB (2015). <http://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/TKBB-Strateji-Belgesi.pdf>, Erişim Tarihi:10.01.2018
- TKBB (2016). http://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Almanak_2016.pdf, Erişim Tarihi:10.01.2018
- Toraman, C., Ata, H. A. ve Buğan, M. F. (2015). İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik müşteri algısı üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4), 761-779.

Arıcı, A. F. ve Urgan, S. (2015). *Yazılı anlatım el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

*İnceleyen: Gürkan Ceviz**

Geliş tarihi: 12.03.2019
Kabul tarihi: 13.03.2019

Atf bilgisi:
Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)
Cilt: 4 **Sayı:** 1
Sayfa: 151-156 **Yıl:** 2019
Dönem: Kış

ÖZ

Bir kitap üzerine tanıtım yazısı yazmak dikkat ve özen isteyen bir süreçtir. Bu tür yazılarda kitabın içeriğini ve literatüre ne kazandırdığını belirtmek oldukça önemlidir. Bunun için de incelenen kitap dikkatle okunup anlaşılmalıdır. Bu çalışmada *Yazılı Anlatım El Kitabı* adlı eser incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yazılı anlatım, Yazma eğitimi, Türkçe eğitimi, El kitabı, Kitap inceleme.

¹ Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkiye,
gurkanceviz@hotmail.com
ORCID ID 0000-0003-1614-6832

* Sorumlu yazar

Arıcı, A. F. ve Urgan, S. (2015). *Written expression handbook*. Ankara: Pegem Akademi Publishing.

Reviewed by **Gurkan Ceviz***

First received: 12.03.2019

Accepted: 13.03.2019

Citation:

Journal of the International Scientific Research (IBAD)

Volume: 4 **Issue:** 1

Pages: 151-156 **Year:** 2019

Session: Winter

ABSTRACT

Writing a review on a book requires attention and effort. In such writings it is necessary to specify the author's purpose of writing the book and what the book has contributed to the literature. For this, the book studied must be thoroughly read and assimilated. In this study we reviewed the book titled *Yazılı Anlatım El Kitabı*.

Keywords: Written expression, Writing training, Turkish education, Handbook, Book review.

¹ Yıldız Technical University, Turkey,
gurkanceviz@hotmail.com

ORCID ID 0000-0003-1614-6832

* Corresponding Author

Ali Fuat Arıcı ve Suat Urgan'ın birlikte kaleme aldığı *Yazılı Anlatım El Kitabı*, Pegem Akademi Yayınları tarafından 1. baskısını Şubat 2012'de yapmıştır. Elimde bulunup incelenecek olan kitap ise Eylül 2015'te çıkan 4. baskıdır. Eser söz başı, akademik özgeçmiş, tüm bölümler ve kaynakçası ile birlikte 229 sayfadır.

Eser, yazarların birlikte kaleme aldığı “Söz Başı” ile başlamaktadır. Önsöz yerine bu kelimenin tercih edilmesi dikkate değerdir. Söz başında yazma becerisinin genel özelliklerinden ve gerekliliğinden kısaca bahsedilmiş, yazının son paragrafında eserin kuruluş şeması ve temel bölümleri belirtilmiştir. “*Kitabın giriş bölümünde iyi bir metin oluşturmanın teorik bilgileri sunulmuş, ikinci bölümde yazılı anlatım türleri hakkında bilgiler verilerek o türleri nasıl yazılacağı anlatılıp örnek metinlerle zenginleştirilmeye çalışılmış, son bölümde ise yazım ve noktalama işaretlerine yer verilmiştir.*”

Söz başının hemen sonrasında yazarların hayatından ve akademik özgeçmişlerinden kısaca bahsedilmiştir. Bunun arkasından içindekiler bölümü ve nihayet giriş kısmı okuyucuyu karşılar.

Kitabın “Giriş”ten “Yazılı Anlatım Türleri” başlığına kadar olan kısmı, söz başında bahsedilen “iyi bir metin oluşturmanın teorik bilgileri”ni kapsayan ilk ana bölümdür. Bu bölümün başlangıcındaki “Giriş” başlığı altında dil ile düşünce arasındaki ilişkiden; yazılı anlatımın kalıcılık boyutundan, üstbilişsel bir etkinlik olduğundan ve eğitiminin yapılması gerektiğinden bahsedilmiştir. Ülkemizde bu eğitimin ilkokuldan başlayarak ileri eğitim kademelerine kadar verilmesine rağmen öğrencilerin yazma becerilerinin yeterince iyi olmadığı belirtilmiş, bu durumun muhtemel sebepleri üzerinde durulmuştur. Dört temel dil becerisinin birbirini desteklediği hatırlatılarak diğer dil becerilerinin yazılı anlatım becerisini de geliştireceği çıkarımı yapılmış ve bu becerinin gelişmesi ile birlikte bireyin düşünsel ve sanatsal olarak katedeceği ilerleme öngörülmüştür.

Konuyu başlangıç mahiyetindeki “*Yazılı Anlatım*” başlığı altında 3 alt başlık verilmiştir

“Kompozisyon”dan “Yazılı Anlatım”a bölümüne kompozisyon kelimesinin kökeninden, bizdeki karşılıklarından ve bugünkü kullanımından bahsedilerek başlanmıştır. Kompozisyon yazmanın gereklilikleri üzerinde durulmuştur.

Bir diğer alt başlık olan “Yazma İhtiyacı” kısmında yazmanın bir gereksinim olduğu tanık gösterilerek, bazı yazarlardan alıntılar yapılarak anlatılmıştır.

Yazılı Anlatım başlığının üçüncü alt başlığı olan “Yazı ve Edebiyat” bölümünde yazı, edebiyat ve okumanın birbirine temel teşkil ettiğinden bahsedilmiş, edebi eser meydana getirmenin ehemmiyeti üzerinde durulmuştur.

Yazılı Anlatım konu başlığının bitiminde kitap okuyucuya günlük tutma ödevi vermiştir. Bu ödevlendirme, bundan sonraki her konu başlığının sonunda da tekrar etmiştir.

Kitap bu kısımdan sonra söz başında açıklanan rotasına girmiş, teorik kısım başlamıştır.

“*Yazılı Anlatım Unsurları*” konu başlığı, “Konu ve Tema, Başlık, Plan, Ana Fikir ve Paragraf” öğeleri üzerinde durmuştur.

Plan ögesi anlatılırken metinde giriş, gelişme ve sonuç bölümlerinden bahsedilmiştir. Her bölüm özenle seçilmiş metinlerden örneklerle zenginleştirilmiştir.

Paragraf üzerinde epey durulmuştur. Bununla alakalı başlıklar “Paragraf ve Paragrafın Yapısı, Paragrafta Plan, İyi Bir Paragrafta Bulunması Gereken Ölçütler, Paragrafta Anlatım Biçimleri” olarak sıralanabilir.

İyi bir paragrafta bulunması gereken ölçütler, içerik yönünden ve dil bilgisi yönünden ikiye ayrılıp maddelendirilmiştir.

Paragrafta anlatım biçimleri de bilgiye dayalı ve duyguya dayalı anlatım biçimleri olarak sınıflandırılmış; açıklayıcı ve tartışmacı anlatım bilgiye dayalı başlığının altına, betimleyici ve öyküleyici anlatım duyguya dayalı anlatım biçimleri kısmına konulmuştur. Her anlatım biçimi için örnek metinler sunulmuştur.

“Yazılı Anlatım Unsurları” konu başlığının bitiminde de “Kendinizi tanıtan bir yazı yazınız.” şeklinde bir ödevlendirme bulunmaktadır.

Bir diğer konu başlığı olan “*Yazılı Anlatımın İlkeleri*” bölümünde yazılı anlatımın başlangıçta severek yapılacak bir aktivite olarak planlanmasının öneminden bahsedilmiştir. İlkeler kısaca şöyle sıralanabilir; gözlem yapmak, düşünceye ve okumaya önem vermek, iyi bir dinleyici olmak, duygu ve hayallerin geliştirilmesi ile özgünlüğün peşinde olmak. Bu sıralananlar, olmazsa olmaz ilkeler olarak verilmiştir. Konu başlığının bitiminde duygu ve düşüncelerin anlatılması istenmiştir.

“*Yazılı Anlatımın Amaçları*” bölümünde; Graham ve Perin (2007)’nin çalışması olan “gençlerin yazma eğitimini etkileyen on bir etkili öge” açıklanmış, bizim eğitim programlarımızda yer alan yazılı anlatımla ilgili kazanımlardan örnekler verilmiş, üst beceriler açıklanmış ve yazma çalışmaları ile bireylere kazandırılmaya çalışılan temel yeterlilikler sıralanmıştır. Konunun sonunda okuyucuya düşünce yazısı yazma ödevi verilmiştir.

“*Süreç Olarak Yazma*” başlığı altında yazma becerisinin uzun bir süreçte olgunlaştığından bahsedilmiş, Milli Eğitim Bakanlığı'nın programlarındaki yeri hakkında okur bilgilendirilmiş, yazma süreçleri sırasıyla açıklanmıştır. Süreç olarak yazmanın adımları şu şekilde sıralanmıştır: Yazmaya Hazırlık, Yazmaya Güdüleme, Yazma Konusunun Tespiti, Metnin Türünü Belirleme, Amaç Belirleme, Hedef Kitle Belirleme, Temel Düşünceleri Belirleme, Taslak Oluşturma, Düzenleyerek Yazma, Düzeltme, Yayınlama ve Paylaşım.

“*Yazılı Anlatım Becerisinin Ve Alışkanlığının Geliştirilmesi*” bölümünün başında alışılmadık olarak yazma çalışması ödevi verilmiş, ardından konuya geçilmiştir. Bunun bir basım hatası olması muhtemeldir. Konuya gelirsek; bu bölüm, Amerika'da yapılan bir sınavın istatistiklerinin yorumu ile başlamış, öğrencilerin yazılı anlatım becerilerinin yeterince gelişmediği sonucu çıkartılmış ve Türkiye'de de durumun farklı olmadığı anlatılmıştır. Yazmanın uygulamalarla geliştirilebilecek bir beceri olduğu söylenip öğretmenler için yazma uygulama önerileri verilmiştir. Bu önerilerin içerisinde günlük yazmaya teşvik etme, kompozisyon yarışmaları, okul gazete ve dergileri, ödüllendirme gibi yollar bulunmaktadır. Bunlar öğrenciyi yazı yazmaya karşı heveslendirecektir. İlk etapta öğrencilerin yazılarının olumlu yönleri ön plana çıkartılmalıdır ki motivasyon düşmesin. Bu ve bu gibi bilgilerin ardından kitap bu bölümün sonunda da okuru ödevlendirip sevdiği bir yazar ya da şair hakkında biyografi yazmasını istemiştir.

Kitap burada yazılı anlatımın teorik kısmını bitirip buradan sonra yazılı anlatım türleri hakkında bilgiler ve metin örnekleri vermeye başlamıştır.

Sırasıyla deneme, makale, fıkra, sohbet, eleştiri, röportaj (söyleşi, mülakat), gezi yazısı, anı (hatıra), günlük (günce), biyografi (yaşam öyküsü), kitap incelemesi, reklam metni, ödev/tez, dilekçe, tutanak, hikaye (öykü) ve roman türleri incelenmiştir.

Türler anlatılırken öncelikle türün özellikleri verilmiş ve bilindik örnek metinlerle zenginleştirilmiştir. Bazı yazınsal türlerin dünyadaki önde gelen temsilcilerinden bahsedilmiş, Türk edebiyatındaki yeri hakkında bilgiler verilmiş, bazı türlerin ise alt başlıkları da yani ondan doğan türler de zikredilmiş, her edebi tür için dolu dolu bilgi sunulmuştur. Örneğin deneme anlatılırken alt başlıklar sayılıp nesnel deneme, öznel deneme, kişisel deneme, karakter denemesi, betimleyici deneme, felsefi deneme, bilimsel deneme hakkında bilgiler verilmiş; dünyadaki en büyük temsilcisi ve mucidi olan

Montaigne'den bahsedilmiştir. Bu türün bizim edebiyatımızdaki yansımalarına, ne zaman Türk edebiyatına girdiğine ve yetkin deneme yazarlarına değinilmiş, Montaigne, Bacon ve Mehmet Kaplan'dan örnek metinler verilmiştir.

“*Makale Yazma*” başlığı altında makale sözcüğünün etimolojik kökenine inilerek söze başlanmıştır. Ardından türün genel özellikleri sıralanmış, iyi bir makalede olması gerekenler sayılmış, gazete ile ilişkisinden ve Türk edebiyatındaki çıkışından bahsedilmiştir. Eser makale yazımını güncel makale ve bilimsel makale olarak alt başlıkları ile ele almıştır. İki türden de örnek metinler verilmiştir. Bilimsel makale örnek metni olarak kitabımızın yazarlarından biri olan Ali Fuat Arıcı'nın “*Öğretmen Görüşlerine Göre İlköğretim 2. Kademe Öğrencilerinin Yazılı Anlatım Sorunları*” isimli makalesi tam metin halinde kitapta paylaşılmıştır.

Dikkate değer bir diğer başlık olan “*Eleştiri Yazma*” bölümünde yine öncelikle türün özellikleri belirtilmiştir. Ardından eleştirinin yazılış amacına değinilmiş ve eleştiri türleri de sıralanmıştır: Esere dönük eleştiri, yazara/sanatçıya dönük eleştiri, çözümleyici eleştiri, öznel/izlenimci eleştiri, dilbilimsel eleştiri ve topluma dönük eleştiri. Topluma dönük eleştiri de aynı zamanda üç kategoriye ayrılmış tarihi eleştiri, sosyolojik eleştiri ve ekonomik eleştiri şeklinde ayrıntılandırılmıştır. Her bölümde olduğu gibi örnek metinler ve uygulama ödevi de bölüm sonunda mevcuttur.

“*Gezi Yazısı Yazma*” başlığında da Homeros, Nasır Hüsrev, Marco Polo, İbn Batuta gibi edebi türün temelini atan seyyahlardan ve tabii ki Evliya Çelebi Seyahatnamesinden ayrı bir başlık altında bahsedilmiştir

“*Biyografi (Yaşam Öyküsü) Yazma*” başlığı altında otobiyografi, monografi, bilimsel biyografi, biyografik roman, nekroloji türleri de tanıtılıp örneklendirilmiş, biyografi türünün gelişimi anlatılmıştır.

“*Kitap İncelemesi Yazma*” başlığı altında türün önemini gözler önüne seren bir paragraf bulunmaktadır: “*Türkiye’de genelde edebi kitapların incelemesi yapılmaktadır. Hâlbuki her kitabın incelemesi yapılabilir. Bu yazılar, bir taraftan okurlara yardımcı olurken diğer taraftan yazarlara hatta kitabı inceleyen kişiye de yararlı olmaktadır. Çünkü kitap incelemesini yapan kişi bu inceleme sayesinde kitabı okuduğu için kendini geliştirir; yeni bilgiler öğrenir, yeni yaklaşımlar, bakış açıları kazanır. Kişi bunun yerine sözgelimi deneme, makale vs. gibi başka bir yazı yazsaydı kendini, bilgisini var olan hâzinesini kullanıp tüketmiş olacaktı. Bu yönüyle kitap incelemesi yapmak, kişinin gelişimi açısından da oldukça önemli görülmektedir.*”

Bu paragrafın ardından kitap incelemesinin nasıl yazılacağı maddeler halinde okuyucuyla paylaşılıp metinle örneklendirilmiştir.

İncelenen eserde “*Reklam Metni Yazma*” başlığı üzerinde epey durulmuş hatta bu bölüme ait ayrıca bir kaynakça verilmiştir. Reklam metninin ana unsurları olan kaynak, ileti, araç ve alıcı faktör tanımlanmış, anlatım biçimleri üzerinde durulmuş ve reklam yazarı adaylarına yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur.

Ödev/Tez Yazma, Dilekçe Yazma ve Tutanak Yazma; usullerine uygun kısa ve öz biçimde anlatıldıktan sonra hikaye ve roman türleri üzerinde gayet ayrıntılı şekilde durulmuştur.

“*Hikaye (Öykü) Yazma*” bölümünün başlangıcında sözcüğün kökeni ve tanımlarından bahsedilmiştir. “Türk Edebiyatında Hikaye” başlığı altında halk hikayeleri kısaca anlatılmış, eski ve yeni Türk edebiyatlarında ardından da Batı edebiyatında gelişimi izlenmiştir. Maupassant ve Çehov tarzı hikayelerin temel özellikleri gösterilip örnek metinler verilmiştir.

“*Roman Yazma*” başlığı altında da romanın gelişimi, Türk edebiyatındaki yeri ve roman türlerinden bahsedilmiş, türler; romantik, realist, natüralist, macera, lirik, köy, pastoral, karakter,

biyografik, polisiye ve tarihi roman olarak sıralanmış ve tanımlanmıştır. Cengiz Aytmatov'un romanlarından da iki metin örneği verilmiştir.

Metin türlerinin bittiği bu bölümden sonra “*Yazım (İmla) Kuralları*” bölümü gelmektedir. Bu bölüm Türk Dil Kurumunun İmlâ Kılavuzundan alınmıştır.

Kitap bir ders kitabı olduğu için bilimsel bir üslup kullanılmış şüpheye ve kafa karışıklığına mahal vermeyecek şekilde anlaşılır durumdadır. Karton kapaklıdır. Ön kapakta kırmızı bir zemin üzerinde siyah ve beyaz yazılarla kitabın ismi yazılmış; altına hokka, divit ve defter silüetleri resmedilmiştir. Kapağın sağ alt köşesine yazarların isimleri konumlandırılmıştır. Arka kapakta kitabı tanıttıcı tek paragraflık bir metin yazılı anlatımın öneminden bahsetmektedir.

Herhangi bir türde yazmaya başlamadan önce başvurulabilecek bir kaynak olarak herkese hitap eden eser, özellikle Türkçe ve edebiyat öğretmenlerine mesleki katkılar sağlayacaktır. Bu yönü ile eseri tavsiye ederim.

EK: Kitap Kapağı

