

e-ISSN: 2564-7458

**SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU
DERGİSİ**

**Cilt:22 Sayı:2
Kasım - 2019**



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU
SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ
Yıl: 2019 Cilt: 22 Sayı: 2

SAHİBİ

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Adına
Yüksekokul Müdürü Doç. Dr. Ali ERBAŞI
e-ISSN: 2564-7458

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Yaşar SEMİZ
Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman GÜMRAH

YAYIM KURULU

Prof. Dr. Yaşar SEMİZ – Prof. Dr. Hakkı M. AY
Doç. Dr. M. Erhan SUMMAK
Dr. Öğr. Üyesi Y. Ayşegül OĞUZ - Dr. Öğr. Üyesi Betül GARDA - Dr. Öğr. Üyesi İsa ALTINIŞIK
Dr. Öğr. Üyesi Naci BÜYÜKKARACIĞAN - Dr. Öğr. Üyesi Ali BORA
Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman GÜMRAH – Dr. Öğr. Üyesi Ayşe CABİ

EDİTÖR YARDIMCILARI

Dr. Öğr. Üyesi Betül GARDA
Öğr. Gör. Havva DİVİT KAYA

YAZI İŞLERİ SORUMLUSU

Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman GÜMRAH

İLETİŞİM

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Alâeddin Keykûbat Yerleşkesi Selçuklu, 42079-KONYA
Telefon: +90 332 241 00 58 - Belgeç / Faks: +90 332 241 00 60
Web: <http://dergipark.gov.tr/selcuksbmyd> ; e-mail: sbmyod@selcuk.edu.tr

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi **online** yayın yapan **hakemli akademik** bir dergidir. 1998 yılında ilk sayısını yayınlamış olan dergimiz 2016 yılı Cilt 19, 41.Yıl Özel Sayısı'da dahil olmak üzere 1302-4191 ISSN numarası ile basılı olarak yayın yapmış 2017 yılı Cilt 20, Sayı 1 itibariyle 2564-7458 e-ISSN numarası ile **online** olarak yayın hayatına devam etmektedir. Dergimiz 2017 yılından itibaren **TÜBİTAK TR-DİZİN**'de taranmaktadır.

Dergimiz Nisan ve Kasım aylarında yılda iki sayı yayımlanır.

DANIŞMA KURULU

Prof.Dr. Tahir AKGEMCİ (Selçuk Üniversitesi)
Prof.Dr. Ahmet AY (Selçuk Üniversitesi)
Prof.Dr. Enver AYDOĞAN (Gazi Üniversitesi)
Prof.Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Üniversitesi)
Prof.Dr. Orhan ÇOBAN (Selçuk Üniversitesi)
Prof.Dr. Ahmet DİKEN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof.Dr. Fehmi KARASİOĞLU (Selçuk Üniversitesi)
Prof.Dr. Raif PARLAKKAYA (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof.Dr. Osman OKKA (KTO Karatay Üniversitesi)
Prof.Dr. Süleyman ERSÖZ (Kırıkkale Üniversitesi)

BU SAYININ HAKEMLERİ

- Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. Tekin AKGEYİK (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Yakup ALTAN (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Suphi ASLANOĞLU (Kırıkkale Üniversitesi)
Prof. Dr. Murat ATAN (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayhan AYTAÇ (Trakya Üniversitesi)
Prof. Dr. Hülya BAYRAK (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Levent DENİZ (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Gözde EMEKLİ (Ege Üniversitesi)
Prof. Dr. Hüseyin GÜL (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Adalet HAZAR (Başkent Üniversitesi)
Prof. Dr. Ali HEPŞEN (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer Faruk İŞCAN (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Sami KARACAN (Kocaeli Üniversitesi)
Prof. Dr. Kasım KARATAŞ (Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Necla MORA (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Nilüfer NEGİZ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI (Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Prof. Dr. Üstün ÖZEN (Atatürk Üniversitesi)
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. İdil SAYİMER (Kocaeli Üniversitesi)
Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Üniversitesi)
Prof. Dr. Salim ŞENGEL (Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatma TEKTÜFEKÇİ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. İpek KALEMCİ TÜZÜN (Başkent Üniversitesi)
Prof. Dr. Tolga ULUSOY (Kastamonu Üniversitesi)
Prof. Dr. Hayrettin USUL (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)
Prof. Dr. Azmi YALÇIN (Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Selami ZENGİN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Doç. Dr. Nesrin ADA (Ege Üniversitesi)
Doç. Dr. Haşim AKÇA (Çukurova Üniversitesi)
Doç. Dr. Faruk AKIN (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi)
Doç. Dr. Halil AKMEŞE (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Hakkı AKTAŞ (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Faik ARDAHAN (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. İrem Erdem AYDIN (Anadolu Üniversitesi)
Doç. Dr. Hülya BAKIRTAŞ (Aksaray Üniversitesi)
Doç. Dr. Sezen BOZYİĞİT (Tarsus Üniversitesi)
Doç. Dr. Gülay BULGAN (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Doç. Dr. Ümit BULUT (Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi)
Doç. Dr. Muhittin ÇALIŞKAN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Alper Veli ÇAM (Gümüşhane Üniversitesi)
Doç. Dr. Arzum Erken ÇELİK (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Doç. Dr. Faik ÇELİK (Kocaeli Üniversitesi)
Doç. Dr. Erkan Turan DEMİREL (Fırat Üniversitesi)
Doç. Dr. Taşkın DENİZ (Karabük Üniversitesi)
Doç. Dr. Altan DOĞAN (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Sibel FETTAHOĞLU (Kocaeli Üniversitesi)
Doç. Dr. Yusuf GENÇ (Sakarya Üniversitesi)
Doç. Dr. Deniz Mertkan GEZGİN (Trakya Üniversitesi)
Doç. Dr. Nuriye GÜREŞ (İskenderun Teknik Üniversitesi)
Doç. Dr. Gökhan IŞIL (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. A. Özgür KARAGÜLLE (İstanbul Üniversitesi)
Doç. Dr. Duygu KIZILDAĞ (İzmir Demokrasi Üniversitesi)
Doç. Dr. Bekir KOCADAŞ (Adıyaman Üniversitesi)
Doç. Dr. Gözde ÖYMEN (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Doç. Dr. Derya Özilhan ÖZBEY (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Yücel ÖZTÜRKOĞLU (Yaşar Üniversitesi)
Doç. Dr. Gürcan PAPTAYA (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Doç. Dr. İsmail SEVİNÇ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Ahmet TANÇ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Şükran Güngör TANÇ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Hasan Hüseyin TAYLAN (Sakarya Üniversitesi)
Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Doç. Dr. Kamil UNUR (Mersin Üniversitesi)
Doç. Dr. Ulaş ÜNLÜ (Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR (Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Veli YILANCI (Sakarya Üniversitesi)
Doç. Dr. Durmuş Çağrı YILDIRIM (Namık Kemal Üniversitesi)
Doç. Dr. Fazlı YILDIZ (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Doç. Dr. Nihat YILMAZ (Gümüşhane Üniversitesi)
Doç. Dr. Deniz YÜNCÜ (Anadolu Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ali AKGÜN (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ayşenur ALTINAY (Uşak Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AYDIN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt AYDOĞMUŞ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gökben BAYRAMOĞLU (Hitit Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Metin BAŞ (Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ali BORA (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Semih BÜYÜKİPEKÇİ (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe CABI (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi İlker CALAYOĞLU (Okan Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Duran CANKÜL (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Tülay DEMİRALAY (Trakya Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ömür DEMİRELER (Hitit Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Şeymus DOĞAN (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Burak ERYILMAZ (Amasya Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Pınar GÖKTAŞ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman GÜMRAH (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Özden GÜNEŞ (Sakarya Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gökdeniz KALKIN (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KEVSER (Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Özge KORKMAZ (Bayburt Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Sonnur KÜÇÜK KILIÇ (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Oğuz NEBİOĞLU (Akdeniz Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Aysun Yemen ÖCAL (Aksaray Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Vahdet ÖZKOÇAK (Hitit Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ceyda ŞATAF (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Cihad ŞENTÜRK (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Tarık TÜRKMEENOĞLU (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ERGİN ÜNAL (Tarsus Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gözde YEŞİLAYDIN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Münevvere YILDIZ (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ZİLE (Mersin Üniversitesi)
Dr. Ümmü Saliha EKEN İNAN (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Şeyda SARI (Selçuk Üniversitesi)
Dr. Mehmet ŞAHİN (Selçuk Üniversitesi)

İÇİNDEKİLER

| | | | |
|---|--|---------|---------------------|
| Doç. Dr. Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT Zeki KADI Aynur SORUCUOĞLU | Sağlık Bakanlığı Hastanelerinin Dış Kaynaktan Yararlanma Durum Analizi: Ankara İli Örneği / <i>Outsourcing Status Analysis on the Hospitals of the Ministry of Health: Case of Ankara</i> | 325-344 | Araştırma Makalesi |
| Öğr. Gör. Dr. Emine Vasfiye KORKMAZ Prof. Dr. Adnan ÇELİK Öğr. Gör. Yaşar KORKMAZ Emel EFE | Denizli Büyükşehir Belediyesinin 2016-2017 Yılı Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Bir Araştırma / <i>A Research On Social Responsibility Projects Of Denizli Metropolitan Municipality In 2016-2017</i> | 345-354 | Konferans Bildirisi |
| Dr. Cem ZAFER Doç. Dr. Pelin VARDARLIER | Medya ve Toplam / <i>Media and Society</i> | 355-361 | Derleme |
| Özgül CAMGÖZ Doç.Dr.Zübeyir BAĞCI | Personeli Güçlendirme Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma / <i>The Relationship Between Personnel Empowerment And Organizational Citizenship Behavior: A Research In The Banking Sector</i> | 362-373 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Mustafa GÖZEN | Değer ve Değerleme Hakkında Kavramsal ve Kuramsal Bir Çalışma / <i>A Conceptual and Theoretical Study on Value and Valuation</i> | 374-382 | Derleme |
| Arş. Gör. Dr. Mikail KAR | Two Sided Markets: The Case of The Waterbed Effect in OECD Mobile Telecommunications Markets / <i>İki Taraflı Piyasalar: OECD Mobil Telekomünikasyon Piyasaları'nda Su Yatağı Etkisi Örneği</i> | 383-396 | Araştırma Makalesi |
| Arş.Gör.Dr.Emrah ARĞIN | Siyasi Partilerin 2019 Yerel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi / <i>Website Use and Comparative Analysis of the Political Parties in 2019 Local Elections</i> | 397-404 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Eyüp Bayram ŞEKERLİ | Ticari Havayolu Taşımacılığı Sektöründe Makine Öğrenmesi Uygulamalarının İncelenmesi / <i>Investigation of Machine Learning Applications in Commercial Air Transportation Industry</i> | 405-419 | Araştırma Makalesi |
| Eda DİZGİL | Firma Kârlılığını Etkileyen İçsel Faktörler: BİST Gıda, İçecek Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Araştırma / <i>Internal Factors Affecting Profitability of Companies: A Research on BİST Food, Beverage Index Companies</i> | 420-432 | Araştırma Makalesi |
| Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU Öğr. Gör. Okan GARİP | E-Muhasebe Uygulamaları Kapsamında Güncel Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Karaman'da Bir Araştırma / <i>Current Issues and Solutions in E-accounting Practices: A Research in Karaman</i> | 433-446 | Araştırma Makalesi |
| Gökhan ÜNLÜ Doç. Dr. Hüseyin ÇİÇEK | Z Kuşağının Kariyer Beklentileri: Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama / <i>Career Expectations of Generation Z: An Application on High School Students</i> | 447-458 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ahmet DOĞAN Öğr. Gör. Hatice İLLEEZ | Basel II Kriterlerinin Reel Sektöre Etkileri ve Basel III Kriterlerinin Bankalar Üzerine Etkilerinin Araştırılması / <i>A Survey On The Effects Of Basel II On Real Sector and The Effects Of Basel III On Banking Sector</i> | 459-468 | Araştırma Makalesi |
| Refika ATALAY Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR | Yerli Ziyaretçilerin ve Halkın Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisine Yönelik Algısı: Beyşehir Örneği / <i>Perception Of Visitors Related To The Effect Of Alternative Tourism On Regional Development: Beyşehir Example</i> | 469-480 | Araştırma Makalesi |

| | | | |
|---|--|---------|---------------------|
| Selma TATLIPINAR Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin SERÇE | Satranç Öğretiminin Okul Öncesi Çocukların Dikkat Toplama Becerilerine Etkisi / <i>The Effect of Chess Instruction on the Concentration Skills of Preschool Children</i> | 481-489 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Defne AKDENİZ | Alternatif Bir Gastronomi Tarihi İncelemesi: Resim Sanatında Yemek Hazırlıkları ve Mutfak Sahneleri / <i>An Alternative Analysis on History of Kitchens Through Food Preparation and Kitchen Scenes in the Art of Painting</i> | 490-507 | Derleme |
| Öğr. Gör. Dr. Emel DEMİR ASKEROĞLU | Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma / <i>Corporate Social Responsibility Projects from a Public Relations Perspective: A Research on Vocational School Students</i> | 508-525 | Araştırma Makalesi |
| Büşra GÜLER Doç. Dr. Sadettin Erhan KESEN | Konya İlinde Bulunan Özel Hastanelerdeki Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Akademik Personele Yönelik Araştırma / <i>Measurement Of Service Quality In Private Hospitals In City Of Konya: Research For Academic Personnel</i> | 526-539 | Araştırma Makalesi |
| Prof. Dr. Ramazan ERTURGUT Arş. Gör. Hasan Emin GÜRLER | Kent Lojistiği Alanındaki Yayınların Bibliyometrik Analizi / <i>Bibliometric Analysis Of Publications In The Field Of City Logistics</i> | 540-551 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Fatih ERCAN | Sosyal Medyada Otel İşletmelerine Yönelik Yorumların Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyetsizliği Açısından Analizi / <i>Analyses Of Social Media Reviews About Hotel Enterprises In Terms Of Customer Satisfaction And Dissatisfaction</i> | 552-571 | Konferans Bildirisi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ceyda ŞATAF Osman YILDIRIM | Türkiye'de Bireysel Emeklilik Sistemi'nin (BES) Algılanma Düzeyi: Ordu İli Örneği / <i>Perception level of The Private Pension System(PPS) in Turkey: The Case of Ordu Province</i> | 572-588 | Araştırma Makalesi |
| Arş. Gör. Dr. Sadullah ÇELİK | GDELT Kullanarak Toplumsal Huzursuzlukların Tahmin Edilmesi: Tunus Örneği / <i>Using GDELT Estimation of Social Unrest: The Tunisia Example</i> | 589-600 | Araştırma Makalesi |
| Öğr. Gör. Ahmet ÇETİN Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ Dr. Öğr. Üyesi Songül ÖZER | Otel Çalışanların İş Motivasyonu ve Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşması: Denizli Şehir Otellerinde Bir Araştırma / <i>Work Motivation of Hotel Employees and Differentiation According to Various Demographic Variables: A Research in Denizli City Hotels</i> | 601-614 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Pınar ERDOĞAN Dr. Öğr. Üyesi Yasemin ŞANLI | Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Sosyal Medya Tutumları Üzerine Etkisi / <i>The Effects of Fear of Missing Out Developments on Social Media Attitudes</i> | 615-627 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Yusuf ESMER Dr. Öğr. Üyesi Faruk DAYI | Stratejik Performans Yönetiminde Finansal Performans Değerlemesi: BİST Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama / <i>Financial Performance Evaluation in Strategic Performance Management: An Application in The Automotive Sector of BIST</i> | 628-645 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KIRLIOĞLU | Güçlendirmenin Özü "Güç": Sosyal Hizmet Uzmanlarının İş Yerindeki Güçleri/Güçsüzlükleri / <i>The Core of Empowerment is Power: Strengths/Weaknesses of Social Workers at Work</i> | 646-662 | Derleme |
| Dr. Öğr. Üyesi Sami KALAYCI Aziz AKIN | Engellilere Yönelik Yerel Sosyal Hizmetlerde Belediyelerin Yeri: Malatya Büyükşehir Belediyesi / <i>The Role of Municipalities in Local Social Work forthe Disabled: The Metropolitan Municipality of Malatya</i> | 663-674 | Derleme |
| Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Oktay DÜNDAR Dr. Öğr. Üyesi Yasemin Telli ÜÇLER Prof. Dr. Selda Başaran ALAGÖZ | Lojistik Öğrencilerinin İş Başı Eğitiminden Tatmin Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği / <i>A Research On Determination Of Satisfaction Levels Of Logistics Students From Job Shadowing: The Case Of Necmettin Erbakan University</i> | 675-686 | Araştırma Makalesi |

| | | | |
|---|---|---------|---------------------|
| Havva ULUSOY Dr. Öğr. Üyesi Aziz ÖZTÜRK | Tüketicilerin Moda ve Materyalizm Eğilimlerinin Kompulsif Satın Almaya Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma / <i>A Research on Determination of The Effects of Fashion and Materialism Trends of Consumers on Compulsive Buying</i> | 687-703 | Araştırma Makalesi |
| Prof. Dr. Mete SEZGİN Arş. Gör. Dr. Şeyda SARI Mahmut CİDEROL | A Situation Analysis On The Convenience Of The Hotel Businesses' Accessibility Standards: Case Of Konya Province / <i>Otel İşletmelerinin Erişilebilirlik Standartlarının Uygunluğu Üzerine Bir Durum Analizi: Konya İli Örneği</i> | 704-712 | Konferans Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ASLAN Prof. Dr. İbrahim Sani MERT | Çalışanların Duygusal Emek Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi / <i>Investigating The Emotional Labor Levels of Employees in Terms of Some Demographic Variables</i> | 713-728 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞAYLAN Dr. Öğr. Üyesi Emrah TOKGÖZ | Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi / <i>Investigation of Brand Identification of University Students Using Smart Phones in Terms of Demographic Variables</i> | 729-741 | Konferans Bildirisi |
| Arş. Gör. Dr. Eray POLAT | Demografik Değişkenlerin Lider-Üye Etkileşimi Üzerindeki Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi ile Belirlenmesi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma / <i>Determination of the Effect of Demographic Variables on Leader-Member Exchange by Logistic Regression Analysis: A Research in Accommodation Establishments</i> | 742-757 | Araştırma Makalesi |
| Doç. Dr. Hasan UYGURTÜRK Cenk ÇETİNKAYA | Safranbolu İlçesindeki Konaklama İşletmelerinin Finansal Sorunları Üzerine Bir Araştırma / <i>A Research on Financial Problems of Accommodation Enterprises in Safranbolu District</i> | 758-773 | Araştırma Makalesi |
| Doç. Dr. Serhan GÜRKAN Burcu Başkaya DAZLAK | İnsan Kaynakları Temin ve Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesinin Kullanılması ve Oteller Üzerine Bir Uygulama / <i>Use of Analytical Hierarchy Process in Human Resources Procurement and Selection: An Application on Hotels</i> | 774-783 | Araştırma Makalesi |
| Prof. Dr. Sedat ŞİMŞEK Tuana AYAYDINLI Öğr. Gör. Osman ADAY Arş. Gör. Deniz KURTYILMAZ | Reklamlarda İşlenen Kültürel Kodlar Karşısında Türk ve Alman Halklarının Gösterdikleri Tepkinin Ölçülmesine Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: "Axe: Erkekler De Ağlar" Reklamı Örnekleme / <i>A Practical Study to Measure the Response of Turkish and German Peoples to Cultural Codes in Advertisements: "Axe: Men Also Cry" Advertisement Sample</i> | 784-799 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞIR Aşlı Uğur AYDIN | Otantik Liderlik, Örgütsel Bağlılık ve Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişki: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama / <i>Relationship Between Authentic Leadership, Organizational Commitment And Psychological Capital: An Application In Textile Sector</i> | 800-812 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ebru DÜŞMEZKALENDER Merve METİN | Alternatif Turizme Yönelik Bibliyometrik Bir Araştırma / <i>A Bibliometric Research on Alternative Tourism</i> | 813-824 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Arif İGDELI Prof. Dr. İbrahim BAKIRTAŞ | Türkiye Hayat Sigortası Piyasasında Yoğunlaşma İle Etkinlik Arasındaki İlişki / <i>Relationship Between Concentration And Effectiveness In The Turkish Life Insurance Market</i> | 825-839 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Erem ŞAHİN Havva AKKOYUNCU | Türk Sigortacılık Sektöründe Faaliyet Gösteren Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Analizi / <i>Efficiency Analysis Of Non-Insurance Insurance Companies Operating In The Turkish Insurance Sector</i> | 840-852 | Araştırma Makalesi |
| Öğr. Gör. İbrahim DURMUŞ | Çalışanların Bencillik Davranışlarının Motivasyonları Üzerindeki Etkisinde Performanslarının Aracı Etkisi / <i>The Mediator Effect of the Performance of Employees on the Motivation of Selfish Behavior</i> | 853-866 | Araştırma Makalesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Esra ÇELEBİ ZENGİN Dr. Öğr. Üyesi Hayriye SAĞIR | Rekabet Gücü Kapsamında Dünyadaki ve Türkiye'deki Kentlerin Değerlendirilmesi / <i>Evaluation of Cities of the World and Turkey within the Scope of Competitiveness</i> | 867-889 | Derleme |

| | | | |
|--|--|----------|---------------------|
| Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin ERTEN | 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ve Engelliler: Güçlendirme Kavramı Çerçevesinde Bir Değerlendirme / <i>The 2030 Agenda for Sustainable Development and People with Disabilities: An Evaluation within the frame of Concept of Empowerment</i> | 890-902 | Derleme |
| Dr. Öğr. Üyesi A.Selçuk KÖYLÜOĞLU Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman GÜMRAH Doç. Dr. Mesut DOĞAN | Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ile Finansal İyilik Hâli ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki / <i>The Relationship Between Personality Characteristics of Consumers with Financial Well-Being and Risk-Taking Attitude</i> | 903-913 | Konferans Bildirisi |
| Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÜL | Yaşam Doyumunun Yordayıcısı Olarak Boş Zaman Tatmini / <i>Predictive Role Of Leisure Time Satisfaction On Life Satisfaction</i> | 914-930 | Araştırma Makalesi |
| Doç. Dr. Adem DOĞAN Hasan BATAR | Siyasal Kimlik, Hayat Tarzı ve Siyasal Tercih:Malatya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma / <i>Political Identity, Lifestyle and Political Choice: A Research on Malatya Voters</i> | 931-949 | Araştırma Makalesi |
| Prof. Dr. Ahmet B.YERELİ Dr. Fatih KARASAC Dr. Fatih AKBAYIR | Middle-Income Trap: A Literature Review / <i>Orta Gelir Tuzağı: Bir Literatür Taraması</i> | 950-964 | Konferans Bildirisi |
| Hazal ÇELEBİ Prof. Dr. Ahmet Ferda ÇAKMAK | Veri Ambarı Projelerinde ETL Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi / <i>Veri Ambarı Projelerinde ETL Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi</i> | 965-990 | Araştırma Makalesi |
| Doç. Dr. Muhittin ÇALIŞKAN Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin SERÇE Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt AYDOĞMUŞ | Video Ders Uygulaması Sınıf Ortamında Dönüt-Düzeltilmeye Zaman Ayırmak İçin Etkili Bir Yol Olabilir mi? / <i>Can Video-Based Course Be An Effective Way to Spare Time for FeedbackCorrection in the Classroom?</i> | 991-998 | Araştırma Makalesi |
| Öğr. Gör. Aziz KAĞITÇI Prof. Dr. Baki YILMAZ Yılmaz BADEMLİ | Lease Certificates (Sukuk) As A New Finacial Instrument In Bond Market: A Case Study Of Turkish Capital Market / <i>Bono Piyasasında Yeni Bir Finansal Araç Olarak Kiralama Sertifikaları (Sukuk): Türk Sermaye Piyasası Vaka Analizi</i> | 999-1006 | Konferans Bildirisi |

Sağlık Bakanlığı Hastanelerinin Dış Kaynaktan Yararlanma Durum Analizi: Ankara İli Örneği

Outsourcing Status Analysis on the Hospitals of the Ministry of Health: Case of Ankara

Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT*
Zeki KADI**
Aynur SORUCUOĞLU***

ÖZ

Sağlık sisteminin performansını artıran ve ekonomide katma değer meydana getiren bir yönetim stratejisi olan ve "Outsourcing" olarak da bilinen Dış Kaynaktan Yararlanma (DKY) yöntemi, 1990 yılından itibaren başta özel ve kamu sektörüne ait hastaneler olmak üzere ülkemizde de uygulanmaya başlamıştır. Bu çalışma, Ankara'da Sağlık Bakanlığına bağlı eğitim araştırma hastaneleri, devlet hastaneleri ve ağız ve diş sağlığı merkezleri olmak üzere toplam 42 hastanenin 2017 yılında DKY yöntemiyle sağlanan hizmet türlerini tespit etmeye, DKY'nin nedenlerini ortaya koymaya ve idarecilerin DKY yöntemiyle aldıkları hizmetlerle ilgili memnuniyet düzeylerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Çalışma 2010 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından yayımlanan "Türk Sağlık Sistemi'nde Kurum Dışından Hizmet Alımı Uygulamaları Araştırma Raporu" nda kullanılan anket formu esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu çalışma, Sağlık Bakanlığı raporunda belirtilen hizmet alımlarının geçen 8 yıl içinde artarak devam ettiğini ve artık neredeyse DKY yöntemini kullanmayan hastane kalmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca geçen bu süre içinde DKY yöntemi ile hizmet alımlarında klinik ve klinik olmayan hizmet türlerinin çok çeşitlilik arz ettiğini göstermiştir. İdarecilerin de DKY noktasında memnuniyet seviyelerinin yüksek olduğu gözlenmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Dış Kaynaktan Yararlanma, Maliyet Minimizasyonu, Sağlık Bakanlığı Hastaneleri, Sağlık Hizmetleri

ABSTRACT

Outsourcing, which is a management strategy that enhances the performance of the health system and creates added value in the economy, has started to be implemented in Turkey, especially in private and public sector hospitals since 1990. The aim of this study was to determine the types of outsourced services provided by 42 public hospitals in Ankara in 2017, to reveal the reasons of outsourcing and to reveal the satisfaction levels of outsourcing services of hospital managers. The study was carried out as a questionnaire form which was published by the Ministry of Health of Turkey in 2010, "Research Report of Outsourcing Applications in Turkish Health System". This study shows that the service procurement mentioned in the Ministry of Health report continues to increase in the last 8 years and that almost all of the public hospitals use the outsourcing method. In addition, in this period, outsourcing has shown a wide range of clinical and non-clinical service types in service procurement. It was also observed that the level of satisfaction of the managers at the Outsourcing was high.

KEYWORDS

Outsourcing, Cost Minimization, Ministry of Health Hospitals, Health Services

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 04.04.2019 | 14.05.2019 |
| Atıf | Çil Koçyiğit, S., Kadi, Z. Ve Sorucuoglu, A. (2019). Sağlık Bakanlığı Hastanelerinin Dış Kaynaktan Yararlanma Durum Analizi: Ankara İli Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 325-344. |

* Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, seyhanc@gazi.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1012-3605

** Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Kurumları Yönetimi, Doktora Öğrencisi, zekikadi@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4417-9036

*** Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Kurumları Yönetimi, Doktora Öğrencisi, aynursorucuoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8012-7372

GİRİŞ

İçinde yaşadığımız dünya küreselleşmeyle birlikte bilişim teknolojilerinin politik, ekonomik ve sosyal alanlarda meydana getirdiği yeni iş ve oluşumlar, sanayi yapılarında, pazara sürülen ürünlerde, iş süreci modellerinde ve rekabet şartlarında sürekli değişimi gerektirmektedir. Kurumlar, “iş yapma şekilleri” anlamına gelen iş süreç modelleri üzerine sürekli odaklanarak, bu modellerde yapılan çeşitli değişikliklerle birbirinden farklı stratejiler uygulayabilmekte ve nihayetinde başarılı sonuçlar alabilmektedirler (Turan, 2011: 36).

Nüfusun hızla yaşlanması, sağlıkta yeni teknolojilerin kullanımı, artan sağlık hizmeti beklentileri, sosyal devlet olma zorunluluğu ve sağlık hizmetlerinde yüksek girdi maliyetleri gibi faktörler, sağlık harcamalarını artırıcı başlıca unsurlar olarak görülmektedir. Gayrisafi yurt içi hasıla (GSYH) içinde her geçen yıl artarak devam eden sağlık harcamaları, sağlıkta finansal sürdürülebilirliği gündeme getirmiştir. Sağlık hizmetlerinin sürdürülebilirliği özellikle finansal kaynaklar yetersiz olduğunda büyük önem arz etmektedir. Bugün Türkiye’de GSYH’nın % 4,5’i sağlık harcamalarına ayrılmaktadır. Bu harcamaların %78’i genel devlet bütçesinden karşılanmaktadır. Sağlık harcamaları 2017 yılında bir önceki yıla göre %17,4 oranında artarak, 140 milyar 647 milyon TL’ye ulaşmıştır (TUİK, 2018: 27621). Böylesine artarak devam eden sağlık harcamalarının etkili ve verimli bir ekonomik performansla yönetilmesini gerektirmiştir. Bu durum, sağlık kurumlarının da ekonomik performansını yükseltmesini ve finansal sürdürülebilirliğini devam ettirmesini bir zorunluluk haline getirmiştir. Sağlık sisteminin performansını artırmaya yönelik ve ekonomide katma değer meydana getiren bir yönetim stratejisi olan ve “Outsourcing” olarak da bilinen kurum dışı kaynaklardan yararlanma (DKY) yöntemi özel ve kamu sektörüne ait birçok hastane tarafından kullanılmaktadır ve 1990 yılından itibaren ülkemizde de uygulanmaya başlanmıştır.

Bu çalışmada Ankara’da bulunan kamu hastanelerinin hangi hizmetlerin, DKY yöntemi ile sağladığı, kamu hastanesi idarecilerinin neden DKY yöntemine başvurdukları ve DKY yöntemi ile sağlanan bu hizmetlerin kamu hastanesi idarecileri tarafından memnuniyet düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır.

1. DIŞ KAYNAKTAN YARARLANMA (OUTSOURCING) KAVRAMI

Dış Kaynaktan Yararlanma (DKY), firmaların organizasyon işlevlerinin bir kısmını veya tamamını, kendisinin yapması yerine, yurt içinde veya yurt dışında bulunan kurum dışından bir ajansa devrederek maliyetlerini düşürmeyi amaçladığı genel işletme uygulamasını ifade eder (Ramanathan, 2009: 15). Bu ajans firma veya birey olabilir. Birey olması durumunda “bireysel dış kaynak kullanımı” olarak ifade edilmektedir. Örnek verecek olursak; konuşma yazarlığı, ofislerde programların genç yazılımcılara yaptırılması, moda tasarımı, anket ve araştırma uygulamaları gibi (Koçel, 2018: 397).

DKY’nin tanımı biraz belirsiz olsa da, dış kaynak sağlamanın birçok potansiyel yararları literatürde tanımlanmıştır. En sık sözü edilen ise kısmen veya büyük çoğunlukla maliyetlerde düşme sağlayarak finansal performansı etkilediği ve temel yeteneklere daha fazla odaklanma fırsatı verdiği için de finansal olmayan performansa etkileri olduğu yönündedir. DKY çevresel DKY ve çekirdek DKY olarak iki türde ortaya çıkabilir. Çevresel DKY, firmaların dış tedarikçilerden çevresel faaliyetleri sonucu edindiğinde ve daha az stratejik olarak ortaya çıkan yararlanma türüdür. Çekirdek DKY ise firmaların uzun dönemde başarı için son derece önemli kabul edilen faaliyetleri sonucunda edindiklerinde yararlanma türüdür. Çekirdek veya çevresel bir aktiviteyi oluşturan şey ise esasen her bir firmanın kendi temel yetenekleri ve takip etmeyi düşündüğü strateji konusunda bir karara varmasıdır. Bu nedenle, sektörde bazı benzerliklerin olsa da, sektördeki firmalar arasında büyük farklılıklar vardır (Gilley ve Rasheed, 2000: 764).

DKY, işletmenin iyileştirip geliştiremediği kendi yeteneklerini, bu konuda uzman olan başka bir işletmeden satın alması veya onun vasıtasıyla kullanmasıdır. Başka bir ifade ile işletme kendi güçsüz yetenekleri yerine, konusunda uzman işletmenin gelişmiş yetenek ve becerilerinden yararlanmaktadır (Ülgen ve Mirze, 2006: 394).

DKY yöntemi artan oranlarda işletme faaliyetlerini de kendi kapsamına aldığı için günümüzde daha fazla karışık bir şekil almış durumdadır. Şirketler, büyümelerine katkıda bulunan, misyon açısından daha kritik ve karmaşık işlemleri dış kaynaklara verme eğilimindedir. DKY işlemlerinin karmaşıklığı çeşitli boyutlara bürünür: (Duhamel ve Quelin,, 2003: 650):

- Kurumsal merkezler daha fazla yer almaya başladıkça, DKY kararından etkilenen paydaş sayısı geçen yıllara göre daha fazla artmaktadır.
- DKY yönteminin seçimi yalnızca maliyet tasarrufları ile sınırlı değildir.
- İş sözleşmeleri, ölçme prosedürleri, devredilen varlıkların finansal yönetimi ve yeni kaynak kullanımı ile ilgili olarak daha karmaşık hale geldiğinden, sözleşmeler daha kapsamlı hazırlanır olmuştur.

- Tedarikçi ile dış kaynaklardan yararlanan firma arasında yaşanan alışveriş karmaşıklığını yönetme gereksinimi ortaya çıkmıştır.
- İş İlişkilerini daha ayrıntılı “hizmet düzeyi anlaşmaları” altında yönetmek, kontrol ve performans raporlaması açısından daha karmaşık işlemleri gerektirmektedir.

Günümüzde Sağlık Bakanlığına bağlı kamu hastaneleri; ileri teknolojiyi kullanan, konusunda uzmanlaşmış sağlık personeli ve farklı hizmet süreç ve çıktılarında sahip birer hizmet işletmesi haline gelmiştir. Matriks yönetim yapısına sahip olan bu hastaneler, birbirinden farklı eğitim almış, farklı yetenek ve becerilere sahip, çok sayıda mesleği içinde barındıran kişi ve gruplardan oluşmaktadır.

Hastanelerin hizmet üretim süreçleri fonksiyonel olarak birbiri ile ilişkilidir. Ancak zaman içinde hizmet kalitesi ve verimliliği için giderek artan bir oranda, görüntüleme, radyoterapi, protez-ortez ve laboratuvar hizmet alımı gibi sağlık hizmetleri ile güvenlik, temizlik, yemek gibi genel idare hizmetleri kurum dışındaki uzman diğer kurumlara yaptırma isteği, kamu hastanelerinde Dış Kaynaktan Yararlanma (outsourcing) uygulamasını ortaya çıkarmıştır.

1.1.Dış Kaynaktan Yararlanmanın Avantajları

Dış Kaynaktan Yararlanmanın (DKY) amacı işletmelerin temel yeteneklerine odaklanarak, kıt olan kurum kaynaklarını misyon ve vizyon odaklı projelere ayırarak kaliteli ve zamanında ürün, hizmet ve işgücü sağlamayı amaçlar. Böylece ürün ve hizmet talep edenlerin tatmini artırılmış olur. DKY yönteminin avantajları aşağıda sıralanmıştır (Mollahaliloğlu ve diğ, 2010: 16):

Verimliliği Artırmak: DKY nedenlerinin başında gelen hedeflerden birisi maliyetlerin azaltılmasıdır. Sağlık hizmetlerini üretirken DKY'nın hizmet maliyetlerinin azalması azaltılmayacağı değerlendirilmelidir. DKY konusunda karar alabilmek için maliyet karşılaştırmaları yapılmalıdır.

DKY Maliyeti > Kurum İçi Üretim den büyük olması durumunda DKY yoluna gidilmemelidir. Ancak kurum DKY Maliyeti < Kurum İçi Üretim DKY yoluna gidilmelidir.

Birçok çalışma, işletmeler için maliyet tasarrufu sağlamada DKY yönteminin önemli bir yöntem olduğunu ortaya çıkarmıştır. Maliyet tasarrufu sağlamada asıl neden ise bu yöntemin sağlık kurumlarında ölçek ekonomisi ile birim maliyetlerin azaltılmasıdır.

Diğer taraftan hastaneler çoğunlukla tedavi hizmetleri gibi asıl yeteneklerinin yanında laboratuvar ve görüntüleme gibi teşhis ve tedaviye yardımcı olan birimler ile otelcilik, güvenlik ve temizlik hizmetleri gibi bir çok faaliyeti de sağlık hizmet üretim sürecinde yürütmektedirler. Bu hastaneler günümüzde olduğu gibi, ana işlevi olmayan hizmetleri kurum dışı kaynaklardan temin ederek ana hizmetler için gerekli olan kıt kaynakları daha etkin ve akılcı yönetebilirler. Bu uygulamanın sonunda hastaneler, DKY yöntemiyle, otelcilik hizmetleri gibi dolaylı maliyetlerini ve Manyetik Rezonans(MR) ve Pozitron Emisyon Tomografisi (PET-CT) gibi hastane imkânlarıyla sunulması büyük meblağlı yatırım gerektiren bu cihazları hastane içinde konuşlandırarak bunlara ödenecek sermaye (yatırım) maliyetlerini azaltabilirler. Aynı zamanda bunlar için ödenecek bakım maliyetlerinden ve yenileme (ekonomik ömür) maliyetinden de kurtulmuş olur.

Hizmet Kalitesi Geliştirmek: Sözleşmeye dayalı olarak hastane dışından temin edilen hizmetlerin kalitesi, DKY yönteminin önemli bir fonksiyonudur. Dışardan sağlanan bu hizmetlerin kalitesinin, hastanenin kendi personeli ile ürettiği aynı hizmetlerin kalitesinden daha yüksek veya en azından onunla eşit olması beklenmelidir.

Finansal Riskin Hafifletilmesi: Günümüzde yeni teknolojilerin ve yeni buluşların en çok uygulandığı alanlardan birisi de Sağlık sektörüdür. Zira hastalık risklerine karşı insanlar, yaşamlarını uzatacak çözümlere ulaşmada son derece talepkardır. Bu yeni ve ileri teknolojiler yeni tedavi şekillerini de beraberinde getirir. MR ve PET-CT gibi görüntüleme yatırımları büyük sermaye birikimi gerektirmektedir. Bu hizmete olan talep değişiklikleri veya talep yetersizlikleri ise hastaneler için finansal riskler oluşturabilir. DKY yöntemi ile, hastanelerin finansal risklerin hafifletilmesi veya bu risklerin kurum dışından sağlanan hizmet sağlayıcılar ile paylaşılmasına imkân verilmektedir.

Hizmetin Devamlılığı: Sağlık hizmetleri ikame edilemez, ertelenmez ve talebin ne zaman ortaya çıkacağı belli olmayan bir hizmet türü olduğundan, hizmetinin devamlılığı esastır. Aynı zamanda tedavinin veya müdahalenin gecikmesi sonucunda ölüm ve sakat kalma riskine karşı hastaların zorunlu olmadıkça il içinde veya il dışında başka hastanelere yönlendirilmemesi hasta güvenliği açısından önemli bir husustur. DKY yöntemi ile hastaneler, gerek ileri teknolojik cihazlar, gerekse eğitilmiş personel ile kendi bünyesinde olmayan bu hizmetleri hastane içinde verebilme imkânına kavuşmuş olmaktadır.

Rekabetçi Avantaj Oluşturulması: DKY yönteminin bir avantajı ise, hastanelerin temel yetenekleri olan klinik hizmetlere daha fazla zaman ayırarak bu hizmetlere odaklanmalarını sağlamasıdır. Sağlık hizmeti talebindeki değişikliklere anında cevap vermede gerekli talep esnekliğini sağlama, maliyet minimizasyonu,

güçlü hasta-hastane ilişkileri ve paydaşlarla maliyet risk paylaşımı gibi hususlar, sürdürülebilir rekabetçi avantaj oluşturmada önemli bir etkidir.

Yönetimsel Yapılarda Esneklik Oluşturma: DKY yöntemi hastanelerin yönetimsel yapılarındaki esnekliklerini artırır. Aynı zamanda DKY yöntemi ile idareciler; daha tabana yayılmış fakat daha hassas; çabuk harekete geçen, değişen ve gelişen çevresel koşullara anında tepki veren bir yönetimsel yapı oluşturmanın yanında, hizmetlerin yerinde üretilmesinde ihtiyacı olduğu kaynak ve personele anında ulaşmayı sağlar.

1.2.Dış Kaynaktan Yararlanmanın Olumlu Yönleri

1. İşletmenin temel yeteneklerine odaklanmasını sağlar.
2. İşletmenin pazarda başka etkinliklere girişmesine fırsat verir.
3. Özellikle kısa vadede ve kriz dönemlerinde, gider tasarrufları sağlar.
4. Sabit maliyet yapısının, değişken maliyet yapısına çevrilmesinin önünü açar.
5. Kurum, personelini ve enerjisini temel hizmetlere yönlendirir.
6. İşletmenin ana işlevlerinin yükünü azaltır.
7. Kıt olan kurum kaynaklarını misyon ve vizyon odaklı projelere yönlendirir.
8. Alanında uzmanlaşmış yeteneklere erişim imkânı sağlar.
9. Oryantasyon sürecinde gerekli olan eğitimlerin maliyetlerini azaltır.
10. Hizmet maliyetlerinin kontrol altına alınmasını kolaylaştırır.
11. Etkinliği artırarak ölçek ekonomisinin imkânlarından yararlanır.
12. İş yapma hızını ve gücünü artırır.
13. Personel çalıştırmada yaşanan kadrosuzluk sorunlarına çözüm getirir.
14. Kaliteli ve zamanında hizmet, materyal ve işgücü temin eder.
15. İşletmeye yeni teknolojinin girmesi sağlar.
16. Ekonomiye katma değer sağlar.
17. Hizmet talep edenlerin tatminlerini artırır.
18. Yönetime stratejik ve taktiksel fırsatlar kazandırır.
20. Yönetimde stratejik düşüncüyü ve iç paydaşlarla ticari ilişkilerin geliştirilmesine yardımcı olur.
21. İdarecilere benzer sağlık hizmet talep eden kişilerde meydana gelen sorunlara benzer çözümler sunmada tecrübe kazandırır (http://www.mdfsyste.ms.com/artman/publish/article_19.shtml, akt: Atasever ve Altinkaynak, 2017: 16).

1.3.Dış Kaynaktan Yararlanmanın Sakıncaları

DKY yönteminin potansiyel faydaları çok olmasına rağmen, bazı dış tedarikçilere güvenmenin genel pazar performansının düşmesine yol açabileceğini öne sürmektedir.

DKY yönteminin en ciddi tehditlerden birisi de inovasyonu azaltmasıdır.

Tedarikçiler üretilmekte olan ürün hakkında bilgi edindikçe, bu bilgiyi ürünü kendi başlarına pazarlamaya başlamak için kullanabilirler.

DKY yöntemi ile ilgili maliyet tasarrufları, özellikle yabancı tedarikçiler açısından görüldüğü kadar büyük olmayabilir. Özellikle yurt dışı tekrarlanan piyasaya dayalı işlem maliyetleri önemli olabilir.

DKY, şirket içinde kalan ürünlere veya faaliyetlere genel gider kaynak tahsisi yapılmasını gerektirebilir. Genel giderlere bu kaynak tahsisi, kalan ürünlerin veya faaliyetlerin görünür mali performansını düşürür ve daha sonra dış kaynak kullanımına karşı savunmasız olurlar.

Dağıtım yerlerinden kaynaklanan uzun teslimat süreleri, daha büyük stoklar, iletişim ve koordinasyon bozuklukları, düşük talebin karşılanması, beklenmedik taşıma ve işin hızlandırması için oluşan maliyetler gibi birçok soruna neden olur.

Tarifeler, piyasa değişimleri nedeniyle değer katabilecek firma faaliyetlerine geri dönme zorluğunun artması nedeniyle, dış kaynak kullanımı ile ilişkili başka bir tehlikedir.

DKY yöntemine bağlılığın mutlaka uygulanabilir bir rekabet stratejisi olmadığını açıkça ortaya koymaktadır. Aksine, bir tedarikçiden diğerine sürekli geçmek, firmaların örgütleriyle ilgili sorunların giderilmesi gerektiğinde “kıyamet gününü” erteleyebilir (Gilley ve Rasheed, 2000: 766).

2.TÜRKİYE’DE SAĞLIKTA DIŞ KAYNAKTAN YARARLANMA STRATEJİSİ

DKY yöntemi, günümüzde neredeyse tüm sağlık kuruluşları tarafından uygulanan bir yönetim stratejisi haline gelmiştir. Bu uygulama, 1990'ların başında yüksek yatak kapasitesine sahip hastanelerin; yemek, temizlik ve güvenlik hizmetleri gibi klinik olmayan hizmetleri kurum dışında temin etmesi ile başlamıştır. Zamanla DKY yönteminin sağlık kurum için daha etkili ve maliyeti düşürücü bir etkisinin olduğu görüldükçe,

tıbbi görüntüleme, laboratuvar hizmetlerine hatta sağlık personeli teminine kadar birçok hizmet alanlarında yaygınlaştırılmıştır. Bugün DKY yönteminin hizmet kalemlerini oluşturan ve Sağlık Bakanlığı döner sermaye muhasebe sistemi tarafından 970.03.05 finansal kod ile başlayan 39 hizmet alım kalemi bulunmaktadır. Yapılan bu çalışma, sadece Ankara'daki Eğitim araştırma hastaneleri ile devlet hastanelerinin en az 12 hizmet alım kalemini kullandıkları göstermiştir. Yeni yapılan şehir hastanelerinde ise elbette ki bu rakam daha da yüksek olacaktır.

3. DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN YAPILMIŞ ÇALIŞMALARIN LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde, hastanelerin dış kaynak kullanımı ve hastanelerde maliyet analizi şeklinde yapılmış çalışmalara rastlamak mümkündür. Ancak DKY yönteminin ana amacının maliyet kontrolü olması ve bu maliyetlerin kontrol altına alınması ve azaltılması için dış kaynak kullanımına başvurulması, adı geçen iki grup çalışmayı birbirine yaklaştırmaktadır (Nazlıoğlu ve Yar, 2016: 3).

Sağlık hizmetlerinde dış kaynak kullanımının ele alındığı çalışmalardan bazıları şunlardır:

“Güngör (2017) tarafından yapılan Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing): Kahramanmaraş'taki Hastanelerde Bir Alan Araştırması” adlı çalışmada; kurumsal yapıları daha esnek ve dinamik bir yapıya dönüştürmeyi amaçlayan hastanelerde ve eğitim sektöründe DKY yönteminin ne oranda uygulanıyor olduğunu, bu yöntemin uygulama sebeplerini, bu yöntemi uygulamanın avantaj ve dezavantajlarının olduğunu araştırmayı amaçlamıştır. Çalışma sonucunda Kahramanmaraş'taki Hastanelerinde DKY yönteminin uygulama sebepleri ile DKY yönteminin uygulanması ile hastanelerde ne gibi avantaj ve dezavantajların ortaya çıktığı belirlenmiştir.

“Kalkan ve diğ.,(2015) tarafından yapılan Sağlık Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımının Çalışan Maliyetine Etkisi: Ankara Halk Sağlığı Müdürlüğü Uygulaması” adlı çalışmada; Ankara Halk Sağlığı Müdürlüğü'nün merkez binası ve buna bağlı birimlerin hizmet sunumunda ve yönetsel faaliyetleri sonunda, hangi alanlarda DKY yöntemini uyguladıkları, bu hizmetlerin temininde nasıl bir DKY yöntemi uyguladıklarını ve temin edilen hizmetlerden elde edilen fayda ve maliyetleri incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonunda Ankara Halk Sağlığı Müdürlüğü'nün DKY yöntemini uygulamasının fayda ve maliyetleri ortaya çıkarılmıştır.

“Döğücü ve Sayım (2009) tarafından yapılan Hastanelerde Dış Kaynak Kullanımı: Kocaeli Örneği” adlı çalışmada; sağlık hizmetlerinde DKY yöntemi doğru bir tercih mi? DKY yöntemini kullanmanın avantajları, riskleri, dezavantajları nelerdir? DKY yöntemini kullanan hastanelerin konuya bakış açısı nedir? Bu sorulara cevap bulmaya çalışarak, sağlık hizmetlerinde DKY yöntemine başvuracak idareciler için bir yol haritası oluşturmayı amaçlayan bir çalışmadır. Çalışma sonunda Kocaeli'nde bulunan hastanelerin DKY yöntemini kullanmasının avantaj, risk ve dezavantajlarını ortaya çıkarmıştır.

“Bozdemir ve Öcel (2016) tarafından yapılan Hastanelerde Dış Kaynak Kullanımının Maliyet Minimizasyonu Açısından Analizi: Bolu İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Manyetik Rezonans (MR) Cihazı Örneği” adlı çalışmada; hastanelerde tıbbi görüntüleme hizmetlerinden olan MR çekimi hizmetinin hastanenin kendisinin gerçekleştirmesiyle, bu hizmeti dış kaynaktan sağlamanın maliyet minimizasyonu açısından karşılaştırmasının yapılmasını amaçlamıştır. Çalışma sonunda Bolu İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Manyetik Görüntüleme ünitesindeki hizmetlerin maliyet tasarrufu sağlamada DKY yöntemi stratejisinin önemli bir potansiyeli olduğunu göstermiştir.

“Yalçın ve diğ., (2011) tarafından yapılan Kamu Hastanelerinde Dış Kaynak Kullanımı: Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği” adlı çalışmada; Kayseri ilinde bulunan bir eğitim araştırma hastanesinde uygulanan DKY yönteminin hangi hizmet türlerini içerdiği, bu hizmetlerden hangileri hastane bünyesinde hangi faktörlerle etkileşim içinde olduğunu ve bu faktörlerinden hangilerinin diğerlerinden daha önemli olduğunun tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonunda Kayseri ilinde bulunan eğitim araştırma hastanesinin hizmet türleri ve bu türlerin DKY yöntemindeki faktörlerle etkileşimleri ortaya çıkarılmıştır.

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Ankara'daki Sağlık Bakanlığına bağlı hastanelerin kamu hastanesi olması, Ankara ilindeki hastane uygulamalarının diğer illerdeki hastanelerle benzerlik göstermesi, çevre illerden ve hatta Türkiye'nin tüm bölgelerinden hasta akışının olması ve gelecekte tüm ülkeyi kapsayacak böyle bir araştırmanın pilot uygulamasını oluşturması amacıyla bu araştırma, Ankara ilinde yapılmıştır. Bu kapsamda kamu hastanelerinin hangi hizmetlerini DKY yöntemi ile sağladığı, kamu hastanesi idarecilerinin neden DKY yöntemine başvurdukları ve DKY yöntemi ile sağlanan bu hizmetlerin kamu hastanesi idarecileri tarafından tatmin

düzeylerinin ne ölçüde olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılmış bir çalışmadır. Aynı zamanda 9 yeni “Şehir Hastanesi” nin faaliyete geçtiği ve 2020 sonuna kadar 10 yeni “şehir hastanesi” açılmasının beklendiği, ayrıca 11 şehir hastanesinin ihale sürecinin devam ettiği ülkemizde mevcut hizmet alımlarına ek olarak; malzeme yönetimi, yardım masası, olağanüstü bakım-onarım hizmetleri, otelcilik destek hizmetleri ve otopark hizmet alımları gibi, yeni hizmet alımlarının, kamu-özel işbirliği kapsamında yüklenici firmanın alt yüklenici firmalara bırakıldığı bir ortamda mevcut hastanelerdeki idarecilerin kurum dışından sağlanan bu hizmetlere bakış açılarını ortaya koymak ise diğer bir amacı oluşturmaktadır.

4.2.Evren ve Örneklem

Mart 2018 tarihinde Ankara merkez ve ilçelerinde bulunan 17 Eğitim Araştırma Hastanesi, 16 Devlet Hastanesi ve 9 Diş Hastanesi olmak üzere toplam (N= 42) araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada evrenin tamamının finansal verilerine ulaşılmıştır. Ayrıca hastane satın almasından sorumlu İdareciler için hazırlanan ve tamamen gönüllülük esasına dayanan anket formu, Eğitim Araştırma Hastanelerinin ve Devlet Hastanelerinin İdarecilerinin tamamına uygulanmış olup, diş hastanesi İdarecilerinden 4 tanesine anket uygulanabilmiştir. Uygun kalitede de olmadığı için bir adet devlet hastanesi anketi analize alınmamıştır. Geçerli olan anket sayısı (36) olmuştur. Çalışmanın niteliği göz önüne alınarak ve aşağıdaki formül kullanılarak örneklem sayısı, % 95 güvenirlilik ve % 7 duyarlılık ile tespit edilmiş olup, bu durumda gerekli örneklem sayısının yaklaşık 35 olduğu tespit edilmiştir.

Duyarlılık, güven aralığı ve seçilen örneklemdeki birim sayısı birbiri ile ilişkili değerlerden oluşmaktadır. İstenilen seviyede duyarlılık ve güvenirliliği sağlayan örnek çapı yığındaki birim sayısına bağlı olarak aşağıdaki formülde verilmiştir.

$$n = \frac{N(zs)^2}{Nd^2 + (zs)^2} \quad (1)$$

Burada N yığındaki birim sayısını, z istenilen güvenirlilik düzeyi için standart normal dağılımdaki kritik değeri, d duyarlılığı, s ise standart sapmayı göstermektedir. Eğer örnekleme çalışması yığındaki oran üzerine ise; orana ilişkin varyans

$$s^2 = p.q \quad (q = 1 - p)$$

olduğundan yukarıdaki formül

$$n = \frac{Nz^2 pq}{Nd^2 + z^2 pq} \quad (2)$$

şeklinde ifade edilir. (Yamane, 2001)

Yığından seçilecek örneklem sayısı yukarıda (2) ile verilen formül uygulanarak elde edilir.

4.3.Veri Toplama Yöntemi

Verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler ilgili hastane İdarecilerinin e-posta adreslerine MS Word olarak gönderilmiş, daha sonra dolu gelen anket formları internet üzerinde oluşturulan elektronik anket formlarına işlenmiştir. Anket formu geliştirilirken, 2008 yılında yapılan Sağlık Bakanlığı Hıfzıssıhha Mektebi Müdürlüğü tarafından “Türk Sağlık Sistemi'nde Kurum Dışından Hizmet Alımı Uygulamaları Raporu”ndan faydalanılmıştır (Mollahaliloğlu ve diğ, 2010). Sorular, günümüz koşullarına göre tekrar gözden geçirilmiş ve yeniden düzenlenmiştir. Anket dört ana bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde, yönetici özellikleriyle ilgili 9 soru bulunmaktadır. İkinci bölüm ise 2017 ve öncesinde DKY nedenleri “Kesinlikle katılmıyorum (1)” ile “Kesinlikle katılıyorum (5) arasında 5’li likert ölçeği ile sorulmuştur. Üçüncü bölümde ise hangi hizmet türlerinden yararlandıkları ve bu hizmetlerle ilgili memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik “Hiç memnun değilim (1)”, “Memnun değilim (2)”, “Az memnunum(3)”, “Memnunum(4)” ve “Çok memnunum (5)” olarak 5’li likert ölçeği ile sorulmuştur. Anketin son bölümünde ise hastanenin kurum dışı kaynaklardan yararlanmama nedenleriyle ilgili yine “Kesinlikle katılmıyorum (1)” ile “Kesinlikle katılıyorum (5) arasında 5’li likert ölçeği ile ilgili sorular yer almaktadır. Ayrıca Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğünden alınan ve Ankara’daki mevcut 42 hastanenin tamamına ait 2017 yılı Döner Sermaye Hizmet Alım giderleri tablosu analiz çalışmalarına dahil edilmiştir.

4.4.Veri Değerlendirme Yöntemi

Sayısal verilerin derleyip, toplayıp ve analiz edilecek duruma getiren betimleyici istatistik kullanılmıştır. Frekans yaygınlığı ve dağılımları, ortalama ve standart sapma değerleri ile hesaplanmıştır. Grup farklılıklarını görebilmek amacıyla, çapraz tablolama analizleri yapılmıştır.

5.BULGULAR

5.1.Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili istatistiksel veriler Tablo 1'de verilmiştir. Anketeye katılanların büyük bir kısmı İdari ve Mali Hizmetler Müdür ve yardımcısıdır (% 69,5). Katılımcıların % 69,4'i erkek olup % 72,3' de 45 ve altındaki yaş grubunda yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri (N= 36, N_{max}=36)

| Demografik Özellikler | | n | % |
|------------------------------------|-------------------------------------|----|-------|
| Ünvan | İdari Ve Mali Hizmetler Müdürü | 15 | 41,7 |
| | İdari Ve Mali Hizmetler Müd. Yard. | 10 | 27,8 |
| | Otelcilik Müdürü | 3 | 8,3 |
| | Destek Ve Kalite Hizmetleri Müdürü | 6 | 16,7 |
| | Sağlık Bakım Hizmetleri Müdürü | 2 | 5,6 |
| | Toplam | 36 | 100,0 |
| Cinsiyet | Erkek | 25 | 69,4 |
| | Kadın | 11 | 30,6 |
| Yaş | 30 ve altı | - | - |
| | 31-35 yaş | 5 | 13,9 |
| | 36-40 yaş | 10 | 27,8 |
| | 41-45 Yaş | 11 | 30,6 |
| | 46-50 Yaş | 5 | 13,9 |
| | 51 ve Üstü | 5 | 13,9 |
| | Toplam | 36 | 100,0 |
| Sağlık Yönetim Eğitimi Alma Durumu | Eğitim Alan | 27 | 75,0 |
| | Eğitim Almayan | 9 | 25,0 |
| | Toplam | 36 | 100,0 |
| Alınan Eğitim Türü | Sağlık Yönetimi Lisansiyeri | 3 | 8,3 |
| | Sağlık İşletmeciliği Yüksek Lisansı | 10 | 27,8 |
| | Sağlık Yönetimi Doktora | 2 | 5,6 |
| | Hastane ve Sağlık İşlt. Sertifikası | 9 | 25,0 |
| | Diğer (Sağlık Ekonomisi) | 3 | 8,3 |
| | Toplam | 27 | 100,0 |
| Mesleki Kıdem | 1 yıldan az | - | - |
| | 1-5 yıl | 5 | 13,9 |
| | 6-10 yıl | 7 | 19,4 |
| | 11-15 yıl | 12 | 33,3 |
| | 16-20 yıl | 4 | 11,1 |
| | 21 ve üzeri | 8 | 22,2 |
| | Toplam | 36 | 100,0 |

| | | | |
|--------------|-------------|----|-------|
| Kurum Kıdemi | 1 yıldan az | 4 | 11,1 |
| | 1-5 yıl | 24 | 66,7 |
| | 6-10 yıl | 7 | 19,4 |
| | 11-15 yıl | 1 | 2,8 |
| | 16-20 yıl | - | - |
| | 21 ve üzeri | - | - |
| | Toplam | 36 | 100,0 |

Ankete katılanların % 75'i sağlık yönetimi alanında eğitim gördüğünü belirtmiş olup alınan bu eğitimlerin % 33,4 ünün yüksek lisans ve doktora eğitiminden kaynaklandığı görülmektedir. Yine ankete katılanların buldukları hastanede çalışma süreleri % 66,7 oranında 1 ile 5 yıl arasında olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun yeni yönetici konumunda olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Ankete Göre Dış Kaynaktan Yararlanma Hizmet Türleri (n=36, nmax=36)

| Destek Hizmeti Türleri | n | % |
|-----------------------------|----|-------|
| Otomasyon | 36 | 100,0 |
| Güvenlik | 35 | 97,2 |
| Yemek | 32 | 88,9 |
| Sekreterlik | 34 | 94,4 |
| Haşere Kontrol | 26 | 72,2 |
| Teknik Bakım | 29 | 80,6 |
| Çamaşırhane | 18 | 50,0 |
| Tıbbi Ekipman Bakım Onarımı | 24 | 66,7 |
| Bahçe Düzenlemesi | 15 | 41,7 |
| Faturalama Hizmeti | 10 | 27,8 |
| Kafeterya | 24 | 66,7 |
| Terzihane | 10 | 27,8 |
| Personel Servisi | 17 | 47,2 |
| Otopark | 13 | 36,1 |
| Hemşirelik Hizmetleri | 10 | 27,8 |
| Ambulans | 9 | 25,0 |
| MR | 24 | 66,7 |
| Bilgisayarlı Tomografi | 21 | 58,3 |
| Nükleer Tıp | 12 | 33,3 |
| Radyoloji- Röntgen Teşhis | 12 | 33,3 |

| | | |
|-------------------------------|----|------|
| Biyokimya Lab. Hizmetleri | 12 | 33,3 |
| Mikrobiyoloji Lab. Hizmetleri | 13 | 36,1 |
| Diğer Laboratuvar Hizmetleri | 16 | 44,4 |

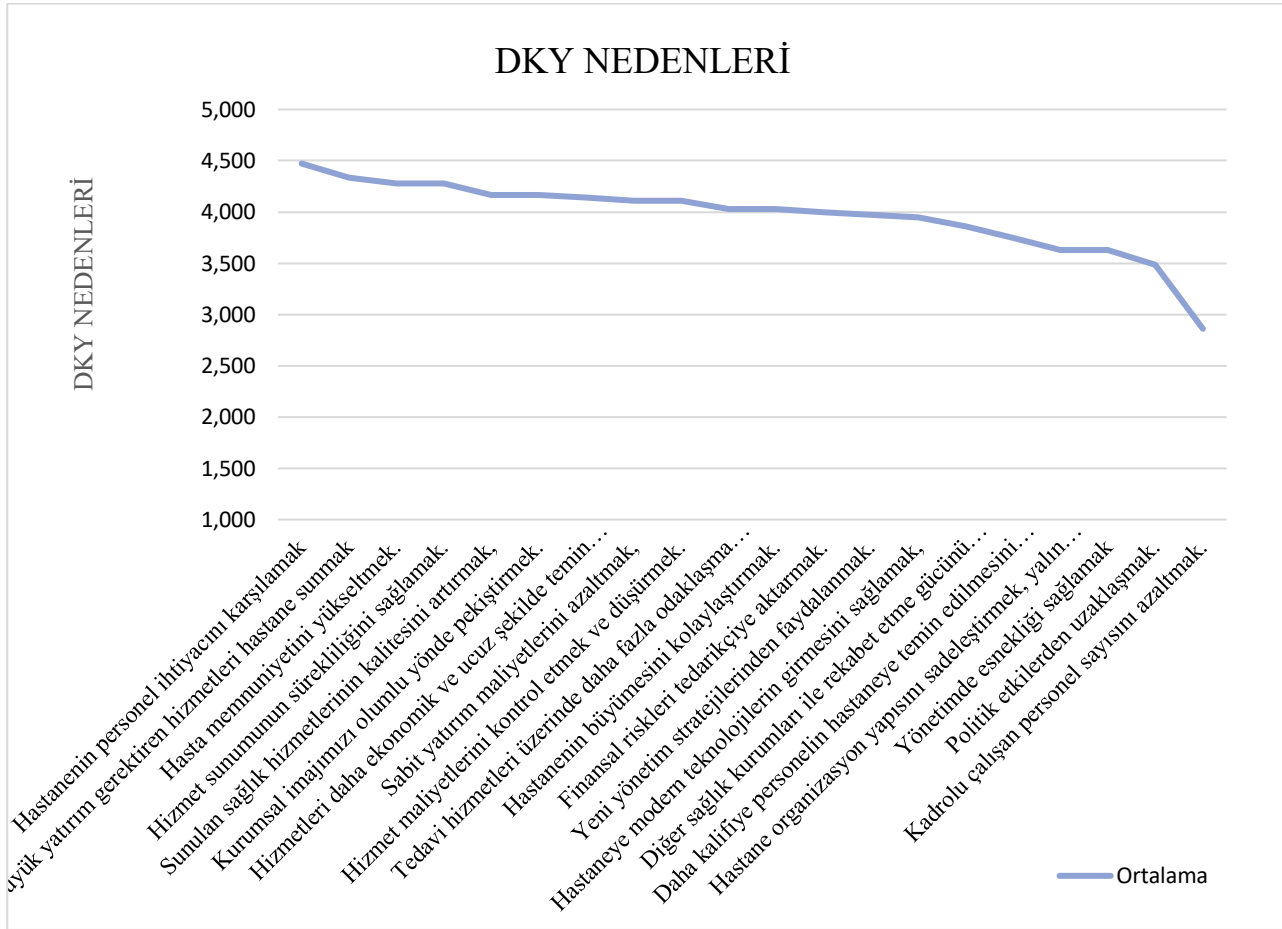
Ankete katılan İdarecilerin kurum dışı kaynaklardan yararlanma hizmet türleri yukarıdaki Tablo 2' de gösterilmiştir. Buna göre ankete katılan tüm hastanelerin "otomasyon hizmet alımı"nı uyguladıkları görülmektedir. Bunu güvenlik (% 97,2) ve sekreterlik (% 94,4) hizmet alımları izlemektedir. En az tercih edilen hizmet alımı ise "ambulans hizmet alımı" (% 25,0) olduğu görülmektedir.

Tablo 3: 2017 ve Öncesinde Dış Kaynaktan Yararlanma Nedenleri(n=36, nmax=36)

| 2017 ve Öncesinde Dış Kaynaktan Yararlanma Nedenleri | n | Ortalama (x̄) | Standart Sapma |
|---|----|---------------|----------------|
| Hastanenin personel ihtiyacını karşılamak | 36 | 4,472 | ,6964 |
| Hastanede sunulması büyük meblağlı yatırım gerektiren hizmetleri (MR, BT) hastane içinde sunmak | 36 | 4,333 | ,9562 |
| Hasta memnuniyetini yükseltmek | 36 | 4,278 | ,9137 |
| Hizmet sunumunun sürekliliğini sağlamak | 36 | 4,278 | ,8819 |
| Sunulan sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmak | 36 | 4,167 | ,9710 |
| Kurumsal imajımızı olumlu yönde pekiştirmek | 36 | 4,167 | ,9103 |
| Sağlık Hizmetlerini daha ekonomik ve ucuz temin etmek | 36 | 4,139 | ,9305 |
| Sabit yatırım maliyetlerini azaltmak | 36 | 4,111 | ,8873 |
| Hizmet maliyetlerini kontrol etmek ve düşürmek | 36 | 4,111 | 1,0079 |
| Hastane idaresi olarak, tedavi hizmetlerinde daha fazla odaklaşma imkânı bulmak | 36 | 4,028 | 1,0552 |
| Hastanenin büyümesini kolaylaştırmak | 36 | 4,028 | 1,0278 |
| Finansal riskleri tedarikçiye aktarmak | 36 | 4,000 | 1,1464 |
| Yeni yönetim stratejilerinden faydalanmak | 36 | 3,972 | 1,1335 |
| Hastaneye modern teknolojilerin girmesini sağlamak | 36 | 3,944 | 1,0940 |
| Diğer sağlık kurumlarıyla rekabet edebilme gücünü artırmak | 36 | 3,861 | 1,0994 |
| Daha kalifiye personelin hastaneye temin edilmesini sağlamak | 36 | 3,750 | 1,1307 |
| Hastane organizasyon yapısını sadeleştirmek, yalın hale getirmek | 35 | 3,629 | 1,2387 |
| Yönetimde esnekliği sağlamak | 35 | 3,629 | 1,1137 |
| Politik etkilerden uzaklaşmak | 35 | 3,486 | 1,2689 |
| Kadrolu çalışan personel sayısını azaltmak | 36 | 2,861 | 1,5147 |

2017 ve öncesinde DKY nedenleri Tablo 3’ de verilmiştir. Buna göre İdarecilerin DKY nedenlerinin başında “hastanenin personel ihtiyacını karşılamak” ($\bar{x}= 4,472$) olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuç daha önce bu konuda yapılan araştırmaları da desteklemektedir (Ergin ve Şahin, 2005: 67). Bunu “hastanede sunulması büyük meblağlı yatırım gerektiren hizmetleri (MR, BT) hastane içinde sunmak” ($\bar{x}= 4,333$) ve “hasta memnuniyetini yükseltmek” ($\bar{x}= 4,278$) nedeni izlemiştir. Kurum dışı kaynaklardan yararlanma nedenlerinin başında gelen personel yetersizliği Sağlık Sistemi için her zaman sorunu olmuştur. Sağlık personelinin sayısal olarak yetersizliği yanında, bölgeler arasında dengesiz personel dağılımı ve hizmet kalitesi, günümüze kadar Türk Sağlık Sistemi'nin en başta gelen sorunlarından birisi olmuştur.

Şekil 1: Kurum Dışı Kaynaklardan Yararlanma Nedenleri Grafiği

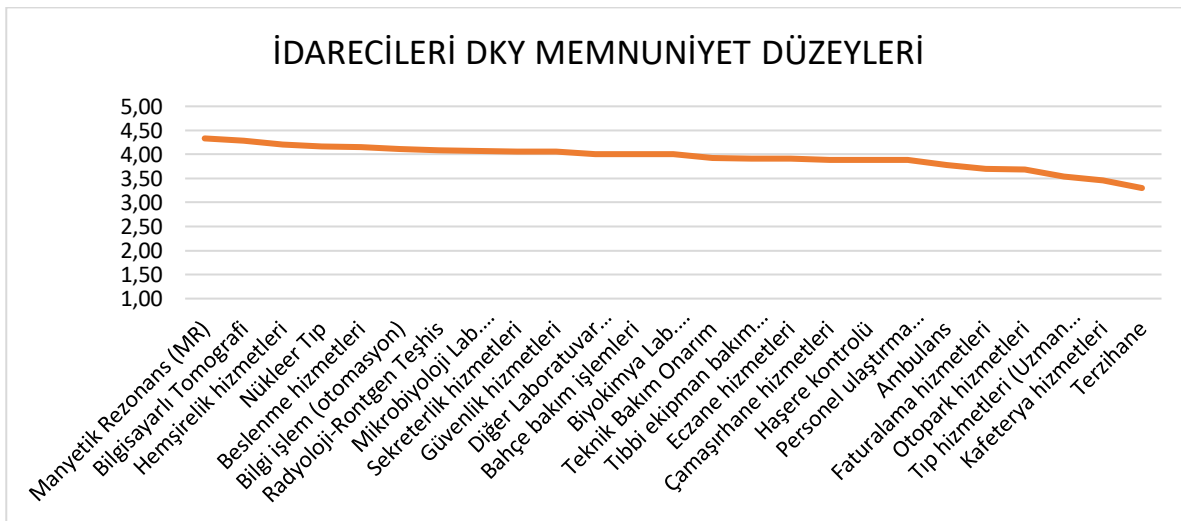


İdarecilerin DKY nedenleri olarak en az tercih ettikleri seçenek ise “kadrolu çalışan personel sayısını azaltmak” ($\bar{x}= 2,861$) olarak belirtmişlerdir. Dış kaynaklardan yararlanan hastanelerin taşeron firma aracılığı ile çalıştırdıkları personel ödemelerini çoğunlukla döner sermaye gelirlerinden ödedikleri ve bu durum döner sermaye gelirlerini azaltıcı bir etki yaptığından anketi dolduran yöneticilerin kadrolu çalışan personeli azaltma gibi bir düşüncelerinin olması beklenemez diye düşünülmektedir. İkinci sırada bulunan “politik etkilerden uzaklaşmak” ise Türk çalışma yaşamında taşeron sistemi de olsa her zaman bir politik bir baskı hissedildiği bir gerçektir. Zira hastanede çalışacak taşeron işçiyi taşeron firma değil, hastane yönetimi belirlemektedir. Zaten 2018 yılı Nisan ayından itibaren bu çalışanlar “sürekli işçi” statüsünde doğrudan kamu ile sözleşme yaparak aradaki taşeron firmayı kaldırmışlardır. Böylece işten çıkarılan taşeron işçilerin mahkeme yolu ile kıdem tazminatlarını elde etme gibi bir uygulamadan iki taraf da kurtulmuştur.

Tablo 4: İdarecilerin DKY Memnuniyet Düzeyleri (n= 36, nmax= 36)

| Hizmet Gider Türleri | n | Memnuniyet Düzeyi |
|--------------------------------------|----|-------------------|
| Bilgi işlem (otomasyon) | 36 | 4,11 |
| Güvenlik hizmetleri | 35 | 4,06 |
| Sekreterlik hizmetleri | 34 | 4,06 |
| Beslenme hizmetleri | 32 | 4,16 |
| Teknik bakım onarım | 29 | 3,93 |
| Haşere kontrolü | 26 | 3,88 |
| Manyetik rezonans (mr) | 24 | 4,33 |
| Tıbbi ekipman bakım onarımı | 24 | 3,92 |
| Kafeterya hizmetleri | 24 | 3,46 |
| Bilgisayarlı tomografi (bt) | 21 | 4,29 |
| Çamaşırhane hizmetleri | 18 | 3,89 |
| Personel ulaştırma servisi | 17 | 3,88 |
| Diğer laboratuvar hizmetleri | 16 | 4,00 |
| Bahçe bakım işlemleri | 15 | 4,00 |
| Mikrobiyoloji laboratuvar hizmetleri | 13 | 4,08 |
| Otopark hizmetleri | 13 | 3,69 |
| Nükleer tıp | 12 | 4,17 |
| Radyoloji-Röntgen teşhis | 12 | 4,08 |
| Biyokimya laboratuvar hizmetleri | 12 | 4,00 |
| Eczane hizmetleri | 11 | 3,91 |
| Tıp hizmetleri (uzman hekim) | 11 | 3,55 |
| Hemşirelik hizmetleri | 10 | 4,20 |
| Faturalama hizmetleri | 10 | 3,70 |
| Terzihane | 10 | 3,30 |
| Ambulans | 9 | 3,78 |

Ankete katılan İdarecilerin kurum dışı kaynaklardan yararlanma hizmet türleri yukarıdaki Tablo 4' de gösterilmiştir. Ankete göre idarecilerin DKY noktasında memnuniyet düzeylerinin (3,94) ortalamasının üzerinde bir düzeyde olduğu gözlemlenmektedir. Buna göre ankete katılan idarecilerin en memnun oldukları dış kaynak hizmet alım türü “manyetik rezonans (MR)” hizmet alım türü (4,33) olarak görülmektedir. Bunu (4,29) ile “bilgisayarlı tomografi (BT)” izlemektedir. Ankete katılan tüm hastane idarecilerinin “bilgi işlem (otomasyon)” hizmet alımını (36) yaptıkları görülmektedir. Bunu (35) hastane ile “Güvenlik hizmetleri” alımı izlemektedir. En az tercih edilen hizmet alımı ise (9) hastane ile “ambulans” hizmet alımı gelmektedir. Memnuniyetin en az olduğu hizmet alımı ise “terzihane” (3,30) hizmet alımı gelmektedir.

Şekil 2: İdarecilerin DKY Memnuniyet Düzeyleri Grafiği

Tablo 5: Hizmet Gider Türlerine Göre 2017 yılında Yapılan Hizmet Alım giderleri (N= 42, nmax= 42)

| Hizmet Gider Türleri | Toplam |
|--|-----------------|
| Temizlik hizmeti alım giderleri | ₺171.798.054,16 |
| Yemek hizmeti alım giderleri | ₺121.742.569,02 |
| Laboratuvar hizmeti alım giderleri | ₺102.103.273,70 |
| Veri hazırlama ve bilgi işlem personeli hizmeti giderleri | ₺98.258.657,14 |
| Özel güvenlik hizmeti alım giderleri | ₺74.799.063,46 |
| Görüntüleme hizmeti alım giderleri | ₺48.237.084,58 |
| Teknik destek hizmeti alım giderleri | ₺19.422.462,17 |
| Müteahhitlik hizmetleri | ₺16.847.497,27 |
| Otelcilik hizmeti alım giderleri | ₺14.946.712,27 |
| Sağlık hizmeti (personel) alım gideri | ₺13.537.231,67 |
| Çamaşırhane hizmeti alım giderleri | ₺13.256.733,47 |
| Yönlendirme ve danışma hizmetleri alım giderleri | ₺11.292.574,10 |
| Bilgisayar hizmeti alımları | ₺10.519.029,73 |
| Tıbbi atık imha ve taşıma hizmeti alım giderleri | ₺10.366.704,96 |
| Sterilizasyon hizmeti alım giderleri | ₺8.905.914,41 |
| Protez ve ortez hizmeti alım giderleri | ₺8.142.475,08 |
| Temizlik malzemesi alımları | ₺3.475.858,25 |
| Radyoterapi hizmet alım giderleri | ₺3.197.847,60 |
| Yiyecek alımları | ₺2.378.383,89 |
| Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti alım giderleri | ₺2.044.090,51 |
| Dezenfeksiyon malzemeleri ve solüsyon alımları | ₺1.232.854,01 |
| Yurt dışı hasta yön. ve tercüman alım giderleri | ₺734.187,45 |
| Lisans, belge düzenleme ve izleme hizmet giderleri | ₺699.576,21 |
| Seminer, kurs ve eğitim hizmeti alım giderleri | ₺397.349,26 |
| Su, gıda v. b. analiz hizmeti giderleri | ₺277.120,82 |
| İlaçlama, dezenfektasyon ve yer temizleme hizmet alım giderler | ₺251.102,50 |
| Tabela, afiş ve tanıtım hizmet giderleri | ₺229.490,30 |
| Aşçı, kuaför ve terzi hizmeti giderleri | ₺185.308,42 |
| Kaplama, döşeme ve yenileme hizmeti giderleri | ₺179.475,81 |
| Diyaliz hizmeti alım giderleri | ₺64.185,55 |
| Çevre düzenleme hizmet alım giderleri | ₺60.654,45 |
| Kalp cerrahisi hizmet alım giderleri | ₺0,00 |
| Sağlık turizmi tanıtım giderleri | ₺0,00 |

Hizmet alım gider türlerine göre 2017 yılında Ankara'daki 42 hastanede yapılan hizmet alımlarında en fazla harcama "temizlik hizmeti alım giderleri" yapılmıştır. Bunu "yemek hizmeti alım giderleri" ve "laboratuvar hizmeti alım giderleri" takip etmiştir. Tüm hastaneler için 2017 yılında hiç kullanılmayan gider türleri ise "kalp cerrahisi hizmet alım giderleri" ve "sağlık turizmi tanıtım giderleri" olmuştur.

Tablo 6: Hizmet Türlerine Göre Kurum Dışı Kaynaklardan Yararlanan Hastane Sayısı (N= 42, nmax=42)

| Hizmet Gider Türleri | n | % |
|---|----|-------|
| Özel güvenlik hizmeti alım giderleri | 42 | 100,0 |
| Yemek hizmeti alım giderleri | 42 | 100,0 |
| Temizlik malzemesi alımları | 41 | 97,7 |
| Tıbbi atık imha ve taşıma hizmeti alım giderleri | 41 | 97,7 |
| Lisans, belge düzenleme ve izleme hizmet giderleri | 39 | 92,9 |
| Temizlik hizmeti alım giderleri | 39 | 92,9 |
| Dezenfeksiyon malzemeleri ve solüsyon alımları | 38 | 90,5 |
| Teknik destek hizmeti alım giderleri | 36 | 85,8 |
| Laboratuvar hizmeti alım giderleri | 35 | 83,4 |
| Veri hazırlama ve bilgi işlem personeli hizmeti giderleri | 35 | 83,4 |
| Su, gıda v. b. analiz hizmeti giderleri | 34 | 81,0 |
| Bilgisayar hizmeti alımları | 33 | 78,6 |
| Seminer, kurs ve eğitim hizmeti alım giderleri | 25 | 59,9 |
| Görüntüleme hizmeti alım giderleri | 23 | 54,8 |
| Diğer müşavir firma ve kişilere ödemeler | 19 | 45,3 |
| Yönlendirme ve danışma hizmetleri alım giderleri | 18 | 42,9 |
| Klinik destek hizmeti alım giderleri | 17 | 40,5 |
| İlaçlama, dezenfektasyon ve yer temizleme hizmet alım giderleri | 16 | 38,1 |
| Çevre yönetim ve denetim hizmeti alım giderleri | 15 | 35,8 |
| Bilgisayar, bilgisayar sistemleri ve yazılımları kiralaması giderleri | 13 | 31,0 |
| Kaplama, döşeme ve yenileme hizmeti giderleri | 13 | 31,0 |
| Tabela, afiş ve tanıtım hizmet giderleri | 12 | 28,6 |
| Çamaşırhane hizmeti alım giderleri | 9 | 21,5 |
| Sterilizasyon hizmeti alım giderleri | 8 | 19,1 |
| Yurt dışı hasta yön. ve tercüman alım giderleri | 8 | 19,1 |
| Protez ve ortez hizmeti alım giderleri | 7 | 16,7 |
| Yiyecek alımları | 7 | 16,7 |
| Çevre düzenleme hizmet alım giderleri | 5 | 11,9 |
| Otelcilik hizmeti alım giderleri | 5 | 11,9 |
| Sağlık hizmeti (personel) alım gideri | 4 | 9,6 |
| Radyoterapi hizmet alım giderleri | 3 | 7,2 |
| Tanıtma, ağırlama, tören, fuar, organizasyon giderleri | 3 | 7,2 |
| Diyaliz hizmeti alım giderleri | 2 | 4,8 |
| Aşçı, kuaför ve terzi hizmeti giderleri | 1 | 2,4 |
| Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti alım giderleri | 1 | 2,4 |
| Müteahhitlik hizmetleri | 1 | 2,4 |
| Kalp cerrahisi hizmet alım giderleri | 0 | 0,0 |
| Personel servisi kiralama giderleri | 0 | 0,0 |
| Sağlık turizmi tanıtım giderleri | 0 | 0,0 |

Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü Döner Sermaye Bütçe ve Muhasebe İşlemleri Dairesi Başkanlığından temin edilen harcama kalemleri üzerinden yapılan çalışmaya göre Ankara’da toplam 42 hastanenin dış kaynak kullanım giderleri Tablo 5’ de gösterilmiştir. Buna göre tüm hastanelerde “yemek hizmeti alım giderleri” ve “özel güvenlik hizmeti alım giderleri” olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Eğitim Araştırma Hastaneleri (EAH) (3. Basamak)'nin 2017 Yılında Kullanmış Olduğu DKY Türleri (N=17, nmax=17)

| Hizmet Gider Türleri | n | Ankara Atatürk Göğüs Hastalık ve Göğüs Cerrahisi EAH | Ankara Dr.Zekai Tahir Burak Kadın Sağlığı EAH | Ankara Etik Zübeyde Hanım Kadın Hastalıkları EAH | Ankara EAH | Ankara Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon EAH | Ankara Yenimahalle EAH | Ankara Dışkapı Yıldırım Beyazıt EAH | Ankara Numune EAH | Ankara Uluçanlar Göz EAH | Ankara Ankara Gülhane EAH | Ankara Atatürk EAH | Ankara Çocuk Sağ ve Hast. Hematoloji Onkoloji EAH | Ankara Dr.Abdurrahman Yurtaslan Onkoloji EAH | Ankara Türkiye Yüksek İhtisas EAH | Ankara Dr.Sami Ulus Kad.Doğ., Çocuk Sağl.ve Hast.EAH | Ankara Keçiören EAH | Ankara Gaziler Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon EAH |
|---|----|--|---|--|------------|---|------------------------|-------------------------------------|-------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------|---|--|-----------------------------------|--|---------------------|---|
| Temizlik malzemesi alımları | 17 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Özel güvenlik hizmeti alım giderleri | 17 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yemek hizmeti alım giderleri | 17 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Tıbbi atık imha ve taşıma hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Temizlik hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Veri hazırlama ve bilgi işlem personeli hizmeti giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Dezenfeksiyon malzemeleri ve solüsyon alımları | 15 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Lisans, belge düzenleme ve izleme hizmet giderleri | 15 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Laboratuvar hizmeti alım giderleri | 13 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Teknik destek hizmeti alım giderleri | 13 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Su, gıda v.b. analiz hizmeti giderleri | 13 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Bilgisayar hizmeti alımları | 12 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Görüntüleme hizmeti alım giderleri | 11 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Seminer, kurs ve eğitim hizmeti alım giderleri | 9 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Diğer müşavir firma ve kişilere ödemeler | 7 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yönlendirme ve danışma hizmetleri alım giderleri | 6 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Tabela, afiş ve tanıtım hizmet giderleri | 6 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Klinik destek hizmeti alım giderleri | 6 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Çevre yönetim ve denetim hizmeti alım giderleri | 6 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| İlaçlama, dezenfektasyon ve yer temizleme hizmet alım giderleri | 6 | • | • | | | | • | • | | | | | | • | | | | • | |
| Kaplama, döşeme ve yenileme hizmeti giderleri | 5 | • | • | • | | | | | | • | • | | | | | | | | |
| Protez ve ortez hizmeti alım giderleri | 4 | | • | | | | | | • | • | | | | • | | | | | |
| Bilgisayar, bilgisayar sistemleri ve yazılımları kiralaması giderleri | 4 | • | | | • | • | | | | | | | • | | | | | | |
| Çamaşırhane hizmeti alım giderleri | 4 | • | | | | • | | • | | | | | • | | | | | | |
| Otelcilik hizmeti alım giderleri | 3 | | | | | | | • | • | | | | | • | | | | | |
| Yurt dışı hasta yön. Ve tercüman alım giderleri | 3 | | | • | • | | | • | | | | | | | | | | | |
| Sterilizasyon hizmeti alım giderleri | 3 | | | | | | | | • | • | | | | • | | | | | |
| Yiyecek alımları | 2 | | • | | | | | | • | | | | | | | | | | |
| Çevre düzenleme hizmet alım giderleri | 1 | • | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sağlık hizmeti (personel) alım gideri | 1 | | | | | | • | | | | | | | | | | | | |
| Radyoterapi hizmet alım giderleri | 1 | | | | | | | | | | | | • | | | | | | |
| Tanıtma, ağırlama, tören, fuar, organizasyon giderleri | 1 | | | • | | | | | | | | | | | | | | | |
| Müteahhitlik hizmetleri | 1 | | | | | | | | • | | | | | | | | | | |
| Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti alım giderleri | 1 | | | | | | | | • | | | | | | | | | | |
| Aşçı, kuaför ve terzi hizmeti giderleri | 1 | | | | | | | | • | | | | | | | | | | |
| Diyaliz hizmeti alım giderleri | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sağlık turizmi tanıtım giderleri | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kalp cerrahisi hizmet alım giderleri | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Personel servisi kiralama giderleri | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TOPLAM HİZMET TÜRÜ | 23 | 4 | 22 | 21 | 20 | 19 | 18 | 17 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 14 | 13 | 12 | 12 | 12 | 12 |

Sağlık Bakanlığına bağlı Ankara’da 17 eğitim araştırma hastanesinin hizmet kullanımları Tablo 6’ da gösterilmiştir. Buna göre 2017 yılında eğitim hastanelerinin tamamı “Temizlik hizmeti alım giderleri”, “Temizlik Malzemesi Alımları” ve “Dezenfeksiyon Malzemeleri ve Solüsyon Alımları” yapmışlardır. Hiç kullanılmayan hizmet kalemleri ise “diyaliz, sağlık turizmi, kalp cerrahisi ve personel servisi kiralama” kalemleri olmuştur. 39 hizmet alım kaleminden 22 kalem hizmet alımı ile en fazla hizmet alan eğitim araştırma hastanesi Ankara Atatürk Göğüs Hastalıkları ve Göğüs Cerrahisi Eğitim Araştırma Hastanesi olmuştur. En az hizmet alımı ise 4 hastane 12 kalem hizmet alımı ile gerçekleştirmiştir.

Sağlık Bakanlığının Ankara’da 16 Devlet hastanesi Tablo 7’ de gösterilmiştir. Tabloya göre ilk 5 hizmet kalemi tüm hastaneler tarafından kullanılmıştır. 39 hizmet kaleminden 21 kalem hizmet alımı ile en fazla hizmet alan devlet hastanesi Ankara Etimesgut Şehit Sait Ertürk Devlet Hastanesi olmuştur. . Devlet

hastanelerinde hiç kullanılmayan hizmet kalemleri ise 9 kalem olmuştur. En az hizmet alımı ise Eğitim Araştırma Hastaneleri (EAH) olduğu gibi 12 kalem hizmet alımı ile gerçekleştirmiştir.

Tablo 8: Devlet Hastaneleri (DH) (2. Basamak) 'nin 2017 Yılında Kullanmış Olduğu DKY Türleri (N=16, nmax=16)

| Hizmet Gider Türleri | n | Ankara Etimesgut Şehit | Ankara Sincan Dr. Nafiz | Ankara Beypazarı DH | Ankara Ulus DH | Ankara Polatlı Duatepe | Ankara Gölbaşı Hasvak | Ankara Şereflikoçhisar | Ankara Kahramankazan | Ankara 29 Mayıs DH | Ankara Mesleki ve | Ankara Çubuk Halil | Ankara Nallıhan DH | Ankara Kızılcahamam | Ankara Elmadağ | Ankara G. Mustafa Kemal | Ankara Haymana DH |
|---|----|------------------------|-------------------------|---------------------|----------------|------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|----------------|-------------------------|-------------------|
| Temizlik malzemesi alımları | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Dezenfeksiyon malzemeleri ve solüsyon alımları | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Temizlik hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Özel güvenlik hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yemek hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Laboratuvar hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Tıbbi atık imha ve taşıma hizmeti alım giderleri | 16 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Veri hazırlama ve bilgi işlem personeli hizmeti giderleri | 15 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Lisans, belge düzenleme ve izleme hizmet giderleri | 15 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Bilgisayar hizmeti alımları | 14 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Su, gıda v.b. analiz hizmeti giderleri | 13 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Teknik destek hizmeti alım giderleri | 12 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Görüntüleme hizmeti alım giderleri | 10 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| İlaçlama, dezenfektasyon ve yer temizleme hizmet alım giderler | 9 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Seminer, kurs ve eğitim hizmeti alım giderleri | 7 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Çevre yönetim ve denetim hizmeti alım giderleri | 7 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Diğer müşavir firma ve kişilere ödemeler | 7 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Tabela, afiş ve tanıtım hizmet giderleri | 5 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Kaplama, döşeme ve yenileme hizmeti giderleri | 4 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yiyecek alımları | 3 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yönlendirme ve danışma hizmetleri alım giderleri | 3 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Protez ve ortez hizmeti alım giderleri | 2 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Çevre düzenleme hizmet alım giderleri | 2 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Diyaliz hizmeti alım giderleri | 1 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Sağlık hizmeti (personel) alım gideri | 1 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Radyoterapi hizmet alım giderleri | 1 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Klinik destek hizmeti alım giderleri | 1 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Bilgisayar, bilgisayar sistemleri ve yazılımları kiralaması giderleri | 1 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Müteahhitlik hizmetleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Çamaşırhane hizmeti alım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Otelcilik hizmeti alım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Sterilizasyon hizmeti alım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti alım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Kalp cerrahisi hizmet alım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yurt dışı hasta yön. ve tercüman alım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Aşçı, kuaför ve terzi hizmeti giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Sağlık turizmi tanıtım giderleri | 0 | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Tanıtma, ağırlama, tören, fuar, organizasyon giderleri | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Personel servisi kiralama giderleri | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TOPLAM | 24 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 5 | 1 | 0 | 8 | 8 | 8 | 7 | 6 | 6 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

Tablo 9: Ağız ve Diş Sağlığı Merkezleri (ADSM)'nin 2017 Yılında Kullanmış Olduğu DKY Türleri (N=9, nmax=9)

| Hizmet Gider Türleri | N | Ankara 75. Yıl Adsm | Ankara Gölbaşı Adsm | Ankara Mamak Adsm | Ankara Osmanlı | Ankara Topraklık | Ankara Karapürçek | Ankara Sincan Adsm | Ankara Tepebaşı Ads Eğitim Hastanesi | Ankara Balgat Adsm |
|---|-----|---------------------|---------------------|-------------------|----------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------------------------|--------------------|
| Özel güvenlik hizmeti alım giderleri | 9 | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Yemek hizmeti alım giderleri | 9 | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Tıbbi atık imha ve taşıma hizmeti alım giderleri | 9 | • | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Temizlik malzemesi alımları | 8 | • | • | • | • | • | • | • | | • |
| Lisans, belge düzenleme ve izleme hizmet giderleri | 8 | • | • | • | • | • | • | • | • | |
| Dezenfeksiyon malzemeleri ve solüsyon alımları | 7 | | • | • | • | • | • | | • | • |
| Bilgisayar hizmeti alımları | 7 | • | • | • | | • | • | • | | • |
| Teknik destek hizmeti alım giderleri | 7 | • | • | • | • | • | | | • | • |
| Temizlik hizmeti alım giderleri | 6 | • | • | • | • | • | | • | | |
| Sterilizasyon hizmeti alım giderleri | 6 | • | • | • | | | • | • | | • |
| Seminer, kurs ve eğitim hizmeti alım giderleri | 6 | • | • | | • | • | • | | • | |
| Protez ve ortez hizmeti alım giderleri | 5 | • | • | • | | • | • | | | |
| Su, gıda v.b. analiz hizmeti giderleri | 5 | | • | | • | • | | • | • | |
| Klinik destek hizmeti alım giderleri | 5 | • | | • | • | • | | • | | |
| Veri hazırlama ve bilgi işlem personeli hizmeti giderleri | 4 | • | • | • | | | • | | | |
| Laboratuvar hizmeti alım giderleri | 4 | | | | • | | | • | • | • |
| Otelcilik hizmeti alım giderleri | 4 | | • | | | | • | | • | • |
| Yönlendirme ve danışma hizmetleri alım giderleri | 4 | • | | • | | • | • | | | |
| Kaplama, döşeme ve yenileme hizmeti giderleri | 4 | • | | • | • | | | | • | |
| Tabela, afiş ve tanıtım hizmet giderleri | 3 | • | • | • | | | | | | |
| Diğer müşavir firma ve kişilere ödemeler | 3 | • | | | • | • | | | | |
| Bilgisayar, bilgisayar sistemleri ve yazılımları kiralaması giderleri | 3 | | | | • | | | • | • | |
| Yiyecek alımları | 0 | | | | | | | | | |
| Müteahhitlik hizmetleri | 0 | | | | | | | | | |
| Çamaşırhane hizmeti alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Görüntüleme hizmeti alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Diyaliz hizmeti alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Fizik tedavi ve rehabilitasyon hizmeti alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Kalp cerrahisi hizmet alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Sağlık hizmeti (personel) alım gideri | 0 | | | | | | | | | |
| Yurt dışı hasta yön. ve tercüman alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Aşçı, kuaför ve terzi hizmeti giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Radyoterapi hizmet alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Çevre düzenleme hizmet alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| İlaçlama, dezenfektasyon ve yer temizleme hizmet alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Sağlık turizmi tanıtım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Tanıtma, ağırlama, tören, fuar, organizasyon giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Çevre yönetim ve denetim hizmeti alım giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| Personel servisi kiralama giderleri | 0 | | | | | | | | | |
| TOPLAM | 126 | 17 | 16 | 16 | 15 | 15 | 13 | 12 | 12 | 10 |

Sağlık Bakanlığına bağlı 9 adet Ağız ve Diş Sağlığı Merkezlerinde (ADSM) ise ilk 3 hizmet kalemi tüm ADSM ler tarafından kullanılmaktadır. En fazla hizmet kalemini kullanan ise 17 kalemle Ankara 75. Yıl Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi olmuştur. 17 hizmet kalemi ise ADSM'ler tarafından hiç kullanılmamıştır.

SONUÇ

DKY, sağlık sektörü için etkinlik sorunlarının çözümüne yönelik tüm yönetim kademelerinde benimsenen bir yönetsel strateji haline gelmiştir. Son 20 yıllık süreçte, Sağlık alanında DKY eğilimi giderek yaygınlaşmış ve başlangıçta klinik hizmetler dışında kalan temizlik, yemek ve güvenlik gibi yardımcı hizmetler DKY yöntemi ile temin edilmeye çalışılmış, zaman içinde bu yöntem klinik hizmetleri içine alacak şekilde genişlemiştir. Bugün, DKY yöntemi, farklı büyüklükteki hastanelerin neredeyse tamamında uygulanan bir yöntem haline gelmiştir. Araştırmada ele alınan ve Ankara'da faaliyette bulunan kamu hastanelerinin tamamında en az 2 hizmet alım kaleminde DKY yöntemini kullandıkları tespit edilmiştir. Eğitim Araştırma Hastaneleri ve Devlet Hastanelerinin ise en az 12 kalem DKY yöntemi ile hizmet alımını gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın sonunda Sağlık Bakanlığının Ankara ilinde bulunan 42 hastanesinin tamamında DKY yoluyla sağlanan hizmetlerin genel bir profili ortaya koyulmuştur. Bu araştırmayla,

- Ankara'da bulunan kamu hastanelerinin hangi hizmetlerin, DKY yöntemi ile sağladığı,
- Kamu hastanesi idarecilerinin neden DKY yöntemine başvurdukları ve
- DKY yöntemi ile sağlanan bu hizmetlerin kamu hastanesi idarecileri tarafından memnuniyet düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır.

Kurum Dışı kaynaklardan yararlanma amaçlarını incelediğimizde şu sonuçlar ortaya çıktığı görülmektedir;

1. DKY, hemen hemen tüm hastaneler tarafından uygulanan bir yönetim ve hastane işletme stratejisi hâline gelmiştir ve bu stratejinin özellikle şehir hastanelerinin yaygınlaşması ile görüntüleme, laboratuvar gibi birçok tıbbi hizmetleri kapsadığı görülmektedir.
2. Hastane idarecileri, öncelikli olarak "Hastanenin personel ihtiyacını karşılamak", "Hastanede sunulması büyük miktarda finansal yatırım gerektiren hizmetleri (MR, BT), hastane içinde sunmak", "Hasta memnuniyetini yükseltmek" ve "Hizmet sunumunun sürekliliğini sağlamak" amacıyla DKY yöntemi kullanılmaktadır. Bu sonuçlar, literatür ve diğer araştırma bulgularıyla uyumludur.
3. Kamu hastanelerinde, klinik hizmetler dışında kalan hizmetleri daha çok DKY yöntemi ile temin edilmektedir. Ankara'daki kamu hastanelerinde sıklıkla gerçekleştirilen hizmet alımları, sırasıyla özel güvenlik hizmet alımları, yemek, temizlik ve tıbbi atık imha ve taşıma hizmeti alımı gelmektedir. Araştırmadaki 42 hastanenin tamamında yemek ve özel güvenlik hizmet alımlarının gerçekleşmiş olduğu görülmüştür.
4. Araştırmada kamu hastaneleri, DKY yöntemi ile Laboratuvar hizmet alımı, MR, Bilgisayarlı Tomografi (BT) ve Radyoloji hizmet alımları en sık başvuru alan klinik hizmet alımları olarak görülmektedir. Araştırmada Klinik hizmetlerde en sık tercih edilen hizmet kalemi Laboratuvar hizmet alımı (35) olduğu görülmüştür. Ankara'daki hastanelerin % 83,4 Laboratuvar hizmet alımı yaptıkları görülmüştür. Bunu % 54,8 ile Görüntüleme hizmet alımları takip etmekte olduğu görülmüştür. Ancak, şehir hastanelerini yaygınlaşması ile birlikte, klinik hizmetlerin DKY yöntemi ile temin edilme stratejisinin, hızla yaygınlaşacağını göstermektedir.
5. Yapılan çalışmada hastane idarecilerinin, DKY yöntemi ile sağlanan klinik ve klinik olmayan sağlık hizmetlerinin, hasta memnuniyetini yükseltmesi, hizmet sunumunu kesintisiz olarak sürdürmesi ve sunulan hizmetin kalitesini artırması nedeniyle memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Artan bu memnuniyet düzeyi, hastane idarecilerinin DKY yöntemi ile temin edilen bu hizmetlerden yararlanma düzeylerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.
6. Literatür incelemelerinde, DKY yönteminin, maliyetleri azaltıcı bir etkisinin olduğu göstermektedir. Bu araştırma, idarecilerin DKY nedenlerinden olan "hizmetleri daha ekonomik ve ucuz şekilde temin etmek", "sabit yatırım maliyetlerini azaltmak" ve "hizmet maliyetlerini kontrol etmek ve düşürmek" gibi memnuniyet ortalamasının (4,0) üzerinde bir değere sahip olması DKY yönteminin, idareciler tarafından önemli bir maliyet azaltıcı yöntem olduğu algısını oluşturmaktadır.

ÖNERİLER

Hastanede sunulması büyük miktarda finansal yatırım gerektiren hizmetleri (MR, BT, gibi), hastane içinde sunmak, böylece hastanelere modern teknolojilerin girmesini sağlamak ve bu sağlık hizmetlerini daha

ekonomik ve ucuza temin etmek için DKY yönteminin kullanılması, hem hasta memnuniyetini artıracak hem de sunulan sağlık hizmetlerinin kalitesini arttıracaktır.

İdareciler, teknolojik gelişmeleri ve yeni ihtiyaçları göz önüne bulundurarak, ekonomik açıdan en uygun fiyatla tıbbi ekipman da dahil her türlü donanım, mefruşat ve hizmetleri DKY yöntemi ile temin etmesi durumunda piyasada rekabet ve saydamlık sağlanacağı düşünülmektedir.

İdareciler, personel yönetimi, teknik hizmetler gibi günlük rutin faaliyetlerle oluşan problemleri gidermek yerine, DKY yönteminin beraberinde getirdiği iş bölümleme ve takım çalışması sayesinde daha stratejik ve değer yaratan faaliyetler üzerinde odaklaşma imkânı bulacakları tahmin edilmektedir.

Laboratuvar, MR, BT ve Radyoloji gibi dışarıdan sağlanan hizmetler, yüksek sermaye yatırımı, uzmanlık ve deneyim gerektiren hizmetlerdir ve bu hizmetlerin etkin bir şekilde verilmesi için, mevcut yatırımın teorik kapasitesine yakın seviyede hizmet üretmesi gerekmektedir. Hizmet üretimi arttıkça, birim başına düşen sabit maliyetler azalacağı için, hizmet üretim birim maliyeti de azalacaktır. Bunlara yeterli miktarda talep olmadığında hastaneler için ciddi finansal sıkıntılara ve atıl kapasiteye neden olacağı açıktır. Bu yatırım maliyetlerinin dışardan sağlanması ile yatırımdan dolayı hem hastaneler finansal sıkıntı yaşamayacak hem de uzmanlık ve deneyime dayalı hizmet sürekli sağlanmış olacaktır.

Sağlık Bakanlığı, Kamu-Özel İşbirliği politikası ile şehir hastanelerini hayata geçirmektedir. Halen Ankara, Adana, Mersin, Isparta, Yozgat, Kayseri, Eskişehir, Manisa ve Elazığ Şehir hastaneleri faaliyete geçmiştir. 2019 yılında Ankara Etlik ve Bursa Entegre şehir hastanelerinin olacağı 2 yeni şehir hastanesi faaliyete geçecektir. 2020 yılı sonuna kadar da 8 yeni şehir hastanesi açılması beklenmektedir. Bu sağlık politikası ile kamu ve özel sağlık sektörü arasında iş birliği oluşturarak, kaliteli sağlık hizmetlerin asgari maliyetle sunulmasını amaçlamaktadır. Kamu-Özel İşbirliği politikası ile özellikle çok talep edilen, ancak yüksek maliyetli olan hizmetlerin, DKY yöntemi ile temin edilerek, bu hizmetlere erişimin kolaylaştırılması ve bu hizmetlerden yararlananların sayılarının artırılması düşünülmektedir.

Ankara ili ile sınırlı olan bu çalışmanın başka illerde de yapılması tarafımızdan önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Atasever, Mehmet ve Konca Altinkaynak, (2017) Sağlık İşletmelerinde Tıbbi Laboratuvar Hizmet Alımları Yönetimi, Nobel Kitapevi, Ankara, s. 16.
- Bozdemir, Enver ve Yusuf Öcel, (2016) “Hastanelerde Dış Kaynak Kullanımının Maliyet Minimizasyonu Açısından Analizi: Bolu İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Manyetik Rezonans (MR) Cihazı Örneği”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 20 (3), s. 1051-1070.
- Döğücü, M. Şemsettin ve Ferhat Sayım, (2009) “Hastanelerde Dış Kaynak Kullanımı: Kocaeli Örneği”, Uluslararası Sağlıkta Performans ve Kalite Kongresi, Bildiriler Kitabı, 3, s. 262-275.
- Duhamel, François ve Bertrand Quelin, (2003) “Bringing Together Strategic Outsourcing and Corporate Strategy: Outsourcing Motives and Risks”, European Management Journal, 21, s. 647-661.
- Ergin, Gülpenbe, ve İsmet Şahin, (2005) “ Dış Kaynaktan Yararlanma Aracı Olarak Hizmet İhaleleri: T.C. Sağlık Bakanlığı Hastane Yöneticilerinin Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma”, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 8 (1), s. 51-70.
- Genç, Nurullah, (2017) Yönetim ve Organizasyon, 5. Basım, Seçkin Yayınevi, Ankara, s. 219-220.
- Gilley, K. Matthew ve Abdul Rasheed, (2000) “Making More by Doing Less. An Analysis of Outsourcing and Its Effects on Firm Performance”, Journal of Management, 26, s. 763-790.
- Güngör, Mine, (2007) Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing): Kahramanmaraş'taki Hastanelerde Bir Alan Araştırması, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kalkan, Mirza, (2015) Sağlık Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımının Çalışan Maliyetine Etkisi: Ankara Halk Sağlığı Müdürlüğü Uygulaması, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Koçel, Tamer, (2018) İşletme Yöneticiliği, On yedinci Basım, Beta Yayınları, İstanbul, s. 397-400.
- Mollahaliloğlu, Salih ve diğ. (2010) Türk Sağlık Sistemi'nde Kurum Dışından Hizmet Alımı Uygulamaları Araştırma Raporu, Sağlık Bakanlığı Yayınları, s. 8-24.
- Nazlıoğlu, Burcu ve Cemre Eda Yar, (2016) “Hastane İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımı- Maliyet İlişkisi: Literatür Taraması”, Usaysad Dergisi, 2, s. 3.
- Özgener, Şevki, (2004) Bir Yönetim Stratejisi Olarak Outsourcing, Çağdaş Yönetim Yaklaşımları: İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar, (Edi.) Bakan, İ., Beta Basım Yayım, İstanbul, s. 183.
- T. R. Ramanathan, (2008) The Role of Organisational Change Management in Offshore Outsourcing of Information Technology Services, Dissertation.com, Florida, USA, s. 15.
- Turan, Aygül, (2011) “Gerçek-Mantık Değerlendirmesi: Temel Yeteneğin Dinamik Becerilerle, Dış Kaynaktan Yararlanmanın Model Ortaklığıyla Olan Paradigma Değişimi”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3, s. 36.
- TÜİK, (2018) Sağlık Harcamaları İstatistikleri 2017, TÜİK Haber Bülteni, s. 27621.
- Ülgen, Hayri ve Kadri Mirze, (2006) İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Yalçın, İbrahim ve diğ., (2011) “Kamu Hastanelerinde Dış Kaynak Kullanımı: Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13 (20): s. 83-92.
- Yamane, Taro, (2001) Temel Örnekleme Yöntemleri, Çev: Alptekin Esin, M. Akif Bakır, Celal Aydın, Esen Gürbüzsel, Literatür Yayınları.

Denizli Büyükşehir Belediyesinin 2016-2017 Yılı Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Bir Araştırma¹

A Research On Social Responsibility Projects Of Denizli Metropolitan Municipality In 2016-2017

Emine Vaşfiye KORKMAZ*
Adnan ÇELİK**
Yaşar KORKMAZ***
Emel EFE****

ÖZ

Sosyal sorumluluk kavramı kurum imajı açısından son derece güncel ve önemli bir kavram, aynı zamanda örgütler ve müşteriler arasında önemli bir iletişim aracıdır. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, literatüre yeni girmiş olmasına karşın konuya duyulan ilgi önemlidir. Bu çalışma; sosyal sorumluluk, yerel yönetimler ve yerel yönetimlerde sosyal sorumluluk bağlamında sosyal belediyeçilik kavramları ele alınmıştır. Çalışmada Denizli belediyesi hakkında bilgi verilip, Denizli Belediyesi'nin 2016 ve 2017 yılları arasında yürütülen ve tamamlanan projeleri ve faaliyetleri sosyal sorumluluk bakış açısı altında incelenmiştir. Çalışmanın amacı belediyelerin yürüttüğü sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelik araştırmalara farklı bakış açısı geliştirmeyi ve kurumsal sosyal sorumluluk konusunda akademik yazına fayda sağlayacak bilgiler sunmayı amaçlamıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Yerel Yönetimler, Sosyal Sorumluluk, Denizli Belediyesi

ABSTRACT

The concept social responsibility is an extremely current and important corporate image in terms of concept, but also an important communications tool between organizations and customers. Although the concept of corporate social responsibility has recently entered the literature, interest in the issue is important. Local authorities, that are formed in order to satisfy the needs of residents, are public institutions that have the responsibilities to society. In this work, social responsibility, local governance and the concept of social responsibility at local government was addressed in the context of social municipality. Later, brief information about Denizli municipality was given and completed and ongoing projects years between 2016 and 2017 was evaluated within the perspective of social responsibility. The aim of the study was to develop a different perspective on the researches about the social responsibility activities carried out by the municipalities and to provide information to the academic literature on corporate social responsibility.

KEYWORDS

Local Government, Social Responsibility, Denizli Municipality

| | Makale Geliş Tarihi / Submission Date 21.09.2018 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 08.08.2019 |
|-------------|--|--|
| Atıf | Korkmaz, E.V., Çelik, A., Korkmaz, Y. Ve Efe, E. (2019). Denizli Büyükşehir Belediyesinin 2016-2017 Yılı Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 345-354. | |

¹ Bu çalışmanın özeti 27-29 Nisan 2018 1. Uluslararası Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi-Kıbrıs'ta sunulmuştur

* Öğr. Gör. Dr., İskenderun Teknik Üniversitesi, Dörtüol MYO, eminekorkmaz@iste.edu.tr ORCID: 0000-0001-7202-6849

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, adnancelik@selcuk.edu.tr ORCID: 0000-0002-8538-9937

*** Öğr. Gör., İskenderun Teknik Üniversitesi, Dörtüol MYO, yasar.korkmaz@iste.edu.tr ORCID: 0000-0002-2901-4348

**** Mezun Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, emelefe_20@hotmail.com ORCID: 0000-0002-8289-5332

GİRİŞ

Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri günümüzde işletmelerin toplumsal itibarı açısından yatırım yaptıkları önemli faaliyetlerden biridir. Bu durum sadece özel sektörde yer alan kurumlar için değil aynı zamanda kamu kurumları için de hayati öneme sahiptir.

Birçok kamu kurumu gibi belediyeler de hazırladıkları sosyal sorumluluk projeleri ile toplumun refahına ve huzuruna katkı sağlamayı, çalışanlarına daha motive olacakları iş imkânları sunmayı hedeflemektedir. Bu sosyal sorumluluk projeleri sadece büyük şehir belediyeleri değil küçük ilçe belediyeleri tarafından bile topluma daha iyi hizmet sunmak, toplumdaki eşitsizleri azaltmak adına sürekli uygulanır hale gelmiştir. Bu araştırma Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, İşletme bölümü 2016-2017 lisans bitirme tezi kapsamında Denizli belediyesinin 2016-2017 yıllarında halka sunmuş olduğu sosyal sorumluluk projelerinin değerlendirilmesine yönelik sonuçların sunulması adına hazırlanmıştır.

1.LİTERATÜR ÖZETİ

1.1.Sosyal Sorumluluk

Her organizmanın hedefi etrafına uyan bir yapıda hayatını sürdürmesi ve bu durumu sürekli hale getirmedir. Bahsedilen bu organizma, bir kamu kuruluşu, bir dernek, din kurumu, bir işletme gibi toplumsal ve ekonomik kuruluş olabilir (Efil, 2013:308). Geçmişte çok önemsenmese de günümüzde gerek özel gerek kamu kuruluşlarının birincil konuları arasına sosyal sorumluluk kavramı dâhil olmuştur. İşletmeler açısından, kar ederken topluma ve paydaşlarına karşı duyarlı, çalışanlarının ve toplumun huzurunu ve refahını düşünen, topluma fayda yaratan projeler içerisinde yer alarak itibar kazanmak hergeçen gün daha da önemli hale gelmiştir. Bu doğrultuda kurumların itibarı açısından sosyal sorumluluk araştırılması gereken önemli bir konu haline gelmiştir.

Sosyal sorumluluk, işletmelerin müşteri ve çalışanları için sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan, eğitim durumları açısından, etik ve ahlaki durumları açısından uygun uygulamaların geliştirilmesini öngörür. Çevreye zarar vermeden insanların ihtiyaçlarını karşılama konusunda duyarlı olmayı ve bu sosyal sorumluluk faaliyetlerini herhangi bir zorlama ile değil tamamen gönüllülük esası ile gerçekleştirmesini ifade etmektedir (Gülcan, 2019: 5).

Sosyal sorumluluk kavramı ile ilgili olarak tarihi sürece bakıldığında, üç aşamada önemli gelişmeler olmuştur. Bu aşamalar; işletmeler kurulmadan önceki dönem, sanayi devrimi öncesi dönem ve sanayi devrimi sonrası olarak üç aşamada bahsedilebilir. Sosyal sorumluluğun tarih içindeki değişim ve gelişim aşamaları medeniyetler ve dinlerin ortaya çıkışına kadar dayanmaktadır (Aktaran: Sarıca ve Yüksel, 2012:50).

Sosyal sorumluluk; “işletmenin ekonomik faaliyetlerini, çalışanlar, hissedarlar, tüketiciler ve toplumdaki bireylerin hiçbirine zarar vermeden, sahip olduğu kıt kaynakları en iyi biçimde kullanarak toplumun istek ve arzularına uygun üretimde bulunması” olarak açıklanabilir (Şimşek, Çelik ve Akgemci, 2016:363).

Sosyal Sorumluluğun avantajları ve dezavantajları (Aktaran: Harman, 2014:14) şu şekilde sıralanabilir;

Tablo 1: Sosyal Sorumluluğun Avantajları Ve Dezavantajları

| <i>Avantajları</i> | <i>Dezavantajları</i> |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosyal sorumluluğa önem veren şirketlerin marka değerleri ve dolayısıyla piyasa değerleri artıyor. 2. Daha nitelikli personeli cezbetme, motive etme ve tutma imkânı doğuyor. 3. Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyeli artıyor. 4. Özellikle bu konularda hassas yatırımcılara ulaşma imkânı olduğundan, gerek hisse değerleri artıyor, gerekse borçlanma maliyetleri düşüyor. 5. Yeni pazarlara girmekte ve müşteri sadakati sağlamada önemli avantajlar elde ediliyor | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosyal faaliyetlerin ürün maliyetlerine yansıtılmasıyla fiyatlar artar, bu da pazar kaybına neden olabilir. 2. Sosyal faaliyetler için yeni insan kaynağına ihtiyaç duyulabilir. 3. İşletme sahip, ortak veya yöneticilerinin sosyal konulara fazla duyarlı davranmaları, örgütsel amaçlardan uzaklaşmasına neden olabilir. |

1.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı her geçen gün, işletmelerin tüm paydaşları açısından sorumluluklarını yerine getirmesi, almış olduğu karar ve uyguladığı faaliyetlerde bu paydaşların da çıkarlarını gözetmesi olarak ifade edilebilir. Bu açıdan işletmeler, müşteri, toplum, tüketiciler ve çalışanlar gibi işletmeden çıkar elde eden tüm kişi ve grupları etkileyecek sosyal sorumluluk faaliyetlerini en iyi şekilde sürdürmelidir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin verimli bir biçimde sürdürülmesi için tüm paydaşların bu faaliyetleri desteklemesi ve hedeflerine varmasını sağlaması gerekmektedir (Tekin, 2018: 32).

Şirketlerin sosyal sorumluluğu kapsamında, öncelikle; “iş yaşamı, tüketiciler ve ekolojik çevreye karşı olan sosyal sorumluluklar” olmak üzere üç temel boyut üzerinde durulabilir. Özelde ise, bu kapsam; “ülkeden ülkeye, toplumdaki topluma, bölgeden bölgeye, şirketten şirkete” farklılık gösterebilir. Bu bağlamda “1-tüketicinin korunması, 2-istihdam olanakları ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, 3-sermayedar ve hissedarlara karşı yükümlülükler, 4-iş ahlakı, 5-ekolojik yapıya duyarlılık ve çevre kirliliğinin önlenmesi, 6-toplum ve bütün insanlık” gibi ölçütler genel kabul görmektedir. Sosyal sorumluluk kapsamında sıralanan söz konusu ölçütlerin ayrı ayrı tanımlanmasında yarar vardır (Çelik, 2007:66).

İşletmeler kurumsal sosyal sorumluluğu tüm fonksiyonlarına adapte etmiştir. Özellikle hassa bir konu olan muhasebe uygulamalarının yürütülmesinde ve mali tabloların düzenlenmesi ve sunulmasında, belli kişi ve grupların değil toplumun tüm kesiminin çıkarlarının gözetilmesi temel muhasebe kavramları içerisinde sosyal sorumluluk kavramının ilk sırada olmasını sağlamıştır (Şimşek ve Çelik, 2015:264).

Kurumsal Sosyal sorumluluğu Bakan ve Doğan (2011:215) bir piramidin 4 basamağı olarak aktarmıştır. Bu basamaklardan ilki ekonomik sorumluluklar, ikincisi etik sorumluluklar, üçüncüsü yasal sorumluluklar ve son olarak hayırsever odaklı sorumluluklardır. Ekonomik sorumluluklar kar elde etme odaklı, yasal sorumluluklar kanuni ve yasalara uygun hareket etme odaklı, etik sorumluluklar sosyal sorumluluğun çekirdeğini oluştururken, hak ve adalete uygun sorumluluklar odaklı ve hayırsever odaklı sorumluluklar gönüllülük esasına dayanan sorumluluklardır.

1.3. Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk ve Denizli Belediyesine Ait Bazı Sosyal Sorumluluk Projeleri

Kurumların sosyal sorumlulukları, modern yönetim anlayışında üzerinde durulan ve tartışılan bir konu haline ve böylece tüm kurumlara topluma hizmet amacı ile herhangi bir çıkar gözetmeksizin ve bir ayırım yapmaksızın hizmet götürme zorunluluğu ortaya çıkmıştır (Akman, 2009:28).

Belediyelerde halka sunulan hizmetlerin hizmete bağlı özellikleri eksiksiz içinde barındırması, etkin, verimli ve zamanında üretilmesi yetmez, bu hizmetin aynı zamanda vatandaşı memnun edecek biçimde vatandaşlara sunulması önemli bir durumdur. Yapılacak işin özelliğine göre de belediyenin bünyesinde yer alan bölümlere bu konuda sorumluluklar düşmektedir (Sarica ve Yüksel, 2012:54).

Belediyeler şehirlerin gelişmesi ve o şehirde yaşayan halkın ortak ihtiyaçlarının karşılanması konusunda stratejik öneme sahip kurumlardır. Bu nedenle belediyenin **vizyonu**, halkının belediyeden beklediği hizmetleri kaliteli, verimli, etkin biçimde gerçekleştirmek ve bu çalışmalarıyla da diğer kurum ve kuruluşlara örnek olmak' dır. Belediyeler belde ve belde halkına hizmet için kurulmuş kamu tüzel kişilikleri oldukları için beldeye ve belde halkına yönelik hizmetler sunmaktadırlar. Dolayısıyla, belediyeler için kalite, belde ve belde halkına sunulacak hizmetlerin istenilen özelliklere sahip olmasıdır (Harman, 2010).

Denizli Belediyesinin misyonu “Önce insan anlayışıyla hizmette adalet ve eşitliği ilke edinerek tarihi ve çevresel değerlerine sahip çıkan, sağlık ve refah içinde yaşanabilir bir kent oluşturmak”tır. Vizyonu ise “Gelişimde öncü, insana ve çevreye duyarlı, marka bir şehir olmak”tır. Bu vizyon ve misyonu doğrultusunda gerçekleştirdiği bazı sosyal sorumluluk projeleri aşağıdaki gibidir (www.denizli.bel.tr);

Bilgi Evleri

Bilgi Evi ve Kurs Merkezi Denizli Büyükşehir Belediyesi tarafından, ilk ve ortaokul çağındaki çocukların geleceğe daha iyi hazırlanmaları amacıyla açılmıştır. Denizli Büyükşehir Belediyesi'nin kentin 10 ayrı noktasında hizmet verdiği Bilgi Evi ve Kurs Merkezlerine birçok öğrenciye hizmet vermektedir. Projenin amacı, öğrencilerin, bilgiye ulaşmasını kolaylaştırmak, boş zamanlarını faydalı etkinliklerle değerlendirmelerini sağlamak, ev ödevlerinin yapılmasında rehberlik etmek ve bilimsel ve sosyal anlamda geleceğe hazırlanmalarına yardımcı olmaktır.

El Emeği Pazarı

2010 yılında kurulan, her türlü sorunuyla Kadın Meclisi'nin ilgilendiği ve her hafta Cumartesi günleri Pelitlibağ Pazarında kurulan El Emeği Pazarı, yedi yıldır düzenli bir biçimde çalışmalarına devam etmektedir.

Aynı zamanda hafta içi de çeşitli Pazar yerlerinde stant açarak ev ekonomilerine katkı sağlayan kadınlarımızın sayısı her geçen gün artmaktadır. Şuan 70 kadınıımız bulunmaktadır.

Kurslar

KİHEP (Kadının İnsan Hakları Eğitim Programı) eğitmenliğini Sosyal Hizmetler Uzmanı Ayşegül Aksu'nun yaptığı eğitimler 3 ay boyunca sürmüştür. Milli Eğitim Müdürlüğü ile ortak olarak düzenlenen 'Çocuk Bakım Kursu', Naz Bağcı tarafından 6 ay boyunca verilmiştir. Halk Eğitim'in desteğiyle yapılan 'El Sanatları Kursu'nun eğitmenliğini Ayten Bağcı üstlenmiş ve kurs 8 ay boyunca sürmüştür. KOSGEB ile kadın girişimcilik kursu 30 kadın katılımcı ile 4 gün sürmüş, eğitim Kent Konseyi Eğitim Salonunda gerçekleşmiştir. Bu eğitim periyodik olarak 2 ayda bir olmak üzere Kent Konseyinde kadınlar için tekrarlanmaktadır.

Gençlik Meclisi

Denizli ilinde genç nüfusun ağırlığı dikkat çekicidir. 31 ARALIK 2014 Nüfus Kayıt verilerine göre Denizli'de 15-30 yaş aralığında yaşayan toplam genç nüfus sayısı; 219.389 dır. 2013 yılında il nüfusunun %36'sı 25 yaşın altındadır. 25-65 yaş arası nüfus toplam nüfusun %54'ünü, 65 yaş üstü nüfus toplam nüfusun %10'unu oluşturmaktadır. 1998 yılında bir grup genç tarafından dönemin belediye başkanı Ali Marım'ın destekleriyle kurulan Denizli Gençlik Meclisi, 1999 yılında dönemin Belediye Başkanı Ali Aygören'in büyük destekleriyle tüzüğü belediye meclisi tarafından onaylanan ilk gençlik meclisi olmuştur

Bilişim Projeleri

Denizli Gençlik Meclisi kurulduğu günden bu yana özellikle bilişim alanında çok ciddi proje ve eğitimlere imza atmıştır. Denizli Büyükşehir Belediyesi Kent Konseyi binası içerisinde yer alan Habitat Bilişim akademisinde verilen eğitimlerle 10 yıllık süreçte yaklaşık 3800 kişiye çok çeşitli branşlarda bilgisayar sertifikası verilmiştir. Aynı zamanda 2018 yılı içerisinde gençler için Grafik Tasarım ve Photoshop eğitimi düzenlenmekte ve bu eğitimden gençlerimiz yararlanmaktadır.

Sesi Görenler Sesli Dergisi

Görme Engelliler Spor Kulübü Derneği ve Denizli Büyükşehir Belediyesi Kent Konseyi Engelliler Meclisi işbirliğinde her ay; Görme Engelli bireylerin sosyal hayata entegrasyonunda evden çıkma konusunda sıkıntı yaşayan bireyleri de dikkate alarak katkı sağlamak ve güncel görme engelliliğine dair, sportif ve sosyal diğer konularda katkı sağlamak, Kent Konseyleri adına bu konudaki sivil çalışmalarını desteklemek, Görme engelli bireylerin de hayatın içinde olduğunu hatırlatma adına doğrudan evlerine ulaşmak amacıyla Sesi Görenler Sesli Dergisi hazırlanmaktadır. Böylelikle Denizli Büyükşehir Belediyesi'nin başta olmak üzere tüm yerelin haberleri görme engelli vatandaşlarımıza sesli olarak iletilmektedir.

Çocuk Meclisi

Çocuk Meclisi, 2008 yılında kurulmuştur. Çocuk Meclisi; çocukların kent yönetimindeki rolünün güçlendirilmesi, sürdürülebilir kalkınma konularında eğitilmesi; bu konuda fikir oluşturmaları ve kent yönetimine aktif katılımında bulunmaları için çalışmaların gerçekleştirildiği bir platformdur. Çocuk Meclisi; çocukların demokratik platformlarda hoşgörü, saygı ve uzlaşmacı bir çerçevede fikir üretmeleri ve kendi eylem planlarını oluşturarak sosyal hayattaki rollerini güçlendirmelerini amaçlamaktadır.

Benim Mahallem Projesi

Mahalle Meclisleri Projesiyle mahalle ölçeğinde yönetim biri oluşturarak, karar süreçlerine aktif katılımın sağlanması ve kamusal alanın demokratik inşası amaçlanmaktadır. Mahalle Meclisleri Projesi ile mahalle ölçeğinde yönetim birimi oluşturarak, karar süreçlerine halkın katılımının sağlanması ve kamusal alanın inşası amaçlanmaktadır. Bu amaç ile hareket ederek bu güne kadar 22 mahalle de Mahalle Meclisleri kuruldu. Mahalle meclisi kurduğumuz mahaller; Zeytinköy, Hacıkapanlar, Muratdede, Bahçelievler, Anafartalar, İlbade, Fatih, akçeşme, Gültepe, Yunus Emre, Sevindik, , Karahasanlı, Pelitlibağ, Değirmenönü Aktepe, Karşıyaka, Başkarıcı, Korucuk, Hürriyet, Cumhuriyet, Kayıhan Mahallesi'dir.

Sağlıklı Evlilik Okulu

24 Ocak 2012 tarihinde Denizli Belediyesi'nin Ailemi Seviyorum Projesi kapsamında hayata geçirdiği Sağlıklı Evlilik Okulu haftada 2 gün toplam 16 saattir. Sağlıklı Evlilik Okulu açıldığı günden bu güne toplam 34 Grup eğitim almıştır, 34 Grubun sonunda 1315 mezun vermiştir. Denizli'de aile birliğinin korunması ve mutlu evlilikler oluşturulması için harekete geçirdiği Belediyemizin Türkiye'ye örnek olacak Sağlıklı Evlilik Okulu projesidir.

Denizli Belediyesi Down Kafe Projesi

Denizli Büyükşehir Belediyesi tarafından 2015'de hayata geçirilen proje kapsamında down sendromlu gençlerin çalıştığı Down Kafeterya hizmete açılmıştır. Türkiye'ye örnek olan projede özel çocukların toplumsal yaşantıya katılımlarını sağlamak hedeflenirken, proje büyük yankı uyandırmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı, Önemi, Kapsamı

Sosyal sorumluluk projeleri belediyelerce toplumun tamamına fayda yaratmak adına oluşturulan projelerdir. Araştırma belediyeler tarafından yapılan projeler kapsamaktadır. Bu araştırmanın amacı belediyeler tarafından halka sunulan sosyal sorumluluk projelerine yönelik halkın bakış açısını Denizli Belediyesi örnekleminde ortaya koymaktır.

2.2. Araştırmanın Evreni

Araştırma belediyelerin sunmuş olduğu sosyal sorumluluk projelerine halkın bakış açısını ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur. Araştırmanın evreni Türkiye genelindeki tüm il ve ilçe belediye projelerinden faydalanan halkı kapsamaktadır. Araştırma evrenine ulaşmanın çok fazla zaman ve maliyet oluşturması nedeniyle örneklem olarak büyük şehir belediyesi olarak halka hizmet veren Denizli büyükşehir belediyesinin projelerinden faydalanan Denizli halkı seçilmiştir. Araştırmada Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004)'ın bilinmeyen durumlarda %5 hata payı ile örneklem hesaplama tablosu referans alınmıştır. Örneklemin tam olarak bilinmemesi nedeniyle %5 hata oranında 100.000-100.000.000 vatandaş aralığında örneklemin miktarı 384 katılımcı olarak belirlenmiştir. Bu sebeple örneklem Denizli'de ikamet eden, avm, çarşı vs yerlerde tesadüfi yöntemle seçilmiş vatandaşlardan oluşmuştur. 500 anket dağıtılmış tam ve doğru doldurulmuş 350 vatandaştan geçerli geri dönüş elde edilmiştir.

2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Hipotezler

Araştırmada anket yönteminden yararlanılmıştır. Anketler yüz yüze görüşerek uygulanmış ve iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik bilgiler, ikinci bölümde belediyelerin sosyal sorumluluk projelerine halkın bakış açısını ortaya koymaya yönelik ifadeler yer almaktadır.

Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Projelerine halkın bakış açısını ölçmek amacıyla kullanılan ölçek, Akman (2009) tarafından yüksek lisans tezinde uyarlanıp güvenilirlik ve geçerliliği (Cronbach Alpha :0.89) bulunan ölçektir. Ölçek 7 boyuttan oluşmaktadır. Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Projelerine halkın bakış açısını ölçmek amacıyla kullanılan ölçeğin boyutları aşağıdaki gibidir:

1. Sosyal Refaha İlişkin Sosyal Sorumluluk , 2. Kent Ve Çevreye Karşı Sorumluluk 3. Eğitim Ve Kültürel Sorumluluk 4. Çalışanlara Karşı Sorumluluk 5. Siyasal Ve Politik Sorumluluk 6. Sağlıkla İlgili Sorumluluk 7. İnsan Hak Ve Özgürlükleri İle İlgili Sorumluluk.

Sosyal Refaha ilişkin sosyal sorumluluk boyutunda katılımcılara, "Belediye sosyal refahı artırıcı her türlü faaliyeti destekler", "Ulaşım hizmetlerini yerine getirir ve sorunları gidermek için yeni çözümler arar" gibi sorular sorulmuştur. Kent ve Çevreye karşı sorumluluk boyutu kapsamında katılımcılara, "Belediye, çevrenin korunması (ağaçlandırma, peyzaj) konusunda gerekli duyarlılıkları gösterir", "İmar çalışmaları ve kaçak yapılaşma ile ilgili faaliyetleri ile kentsel dönüşüme katkı sağlar" gibi sorular sorulmuştur. Eğitim ve Kültürel sorumluluk boyutu kapsamında katılımcılara, "Belediye, halkı sorumluluk konusunda bilinçlendirmeye yönelik eğitici faaliyetlerde bulunur", "Toplumdaki fertlerin sosyal yaşamın bir gereği olan kültürel aktiviteleri yapabilmesine olanak sağlar" gibi sorular sorulmuştur. Çalışanlara Karşı sorumluluk boyutu kapsamında katılımcılara, "Çalışanları motive edebilmek için maddî, manevî her tür ihtiyaçlarını karşılar", "Personelinin gelişmesi için fırsat yaratır. (Hizmet içi, Eğitim, Seminer vb.)" gibi sorular sorulmuştur. Siyasal ve politik sorumluluk kapsamında katılımcılara, "Vatandaşın siyasi ve ideolojik tercihlerine karşı saygılıdır", "Vatandaşa hizmet sunarken, siyasi ve ideolojik bakımdan ayırım yapmaz" gibi sorular sorulmuştur. Sağlıkla ilgili sorumluluk kapsamında katılımcılara, "Sağlığın korunması ve geliştirilmesi için gerekli sorumluluklarını yerine getirir", "Sağlık otobüsleri oluşturarak yaygın hastalıklarla ilgili vatandaşları bilinçlendirir (Kalp, kolesterol, tansiyon, ası, grip vb.)" gibi sorular sorulmuştur. İnsan hak ve özgürlükleri ile ilgili sorumluluk kapsamında katılımcılara, "Kişinin yasama hakkına, maddî ve manevî varlığının bütünlüğüne yönelik her türlü tedbiri alır", "Belediye, yaptığı her türlü faaliyette insan haklarını ve özgürlüklerini temel alır" gibi sorular yöneltilmiştir. Ölçek maddeleri "1= Kesinlikle katılmıyorum ve 5= Kesinlikle katılıyorum" biçimindeki beşli Likert Ölçeği yardımıyla değerlendirilmiştir.

Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H1₁ : Araştırmaya katılanların sosyal sorumluluk projelerine yönelik bakış açıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2₁ : Araştırmaya katılanların sosyal sorumluluk projelerine yönelik bakış açıları yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3₁ : Araştırmaya katılanların sosyal sorumluluk projelerine yönelik bakış açıları eğitim seviyesine göre farklılık göstermektedir.

H4₁ Sosyal sorumluluk boyut ortalamaları arasında fark vardır.

2.4. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçek 7 boyut ve 37 sorudan oluşmaktadır. Bu doğrultuda katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda verilerin güvenilirlikleri hesaplanmıştır. SPSS programı ile yapılan güvenilirlik analiz sonucu 37 sorudan oluşan anketin güvenilirliği (Cronbach Alpha) % 88,3 bulunarak, kullanılan ölçeğin yüksek oranda güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.5. Araştırmanın Bulguları

2.5.1. Demografik Bulgular

Anketin birinci bölümünde yer alan demografik sorulara katılımcıların yanıtlarına göre frekans analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların %51,7'si kadın, % 51,4'ü evli, %31,4'ü 26-35 yaş aralığında, %29,7'si lisans mezunudur.

Tablo 2.1. Demografik Bulgular

| | | Frekans | Oran |
|---------------|-------------|---------|------|
| Cinsiyet | Kadın | 181 | 51,7 |
| | Erkek | 169 | 48,3 |
| Medeni Durum | Evli | 180 | 51,4 |
| | Bekâr | 170 | 48,6 |
| Yaş | 18-25 arası | 71 | 21,1 |
| | 26-35 arası | 110 | 31,4 |
| | 36-45 arası | 85 | 24,3 |
| | 46-65 arası | 64 | 18,3 |
| | 66 ve üzeri | 17 | 4,9 |
| Eğitim Durumu | İlköğretim | 40 | 11,4 |
| | Ortaöğretim | 45 | 12,9 |
| | Lise | 93 | 26,6 |
| | Ön lisans | 68 | 19,4 |
| | Lisans | 104 | 29,7 |
| | Lisansüstü | - | - |
| Toplam | | 350 | 100 |

2.5.2. Farklılık Testleri

Birbirinden bağımsız 2 grubun veya örneklemin bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılarak ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde (%95 , %99 gibi) anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir (Ural , 2006,200).

2.5.2.1. Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t Testi

Araştırmada kadınların ve erkeklerin sosyal sorumluluk projelerine bakış açılarını incelemek için ölçek boyutlarına “bağımsız örneklem için *t* testi” yapılmıştır. Tüm boyutlar için p değerleri 0,05’den büyük çıktığı için istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmıştır. Yani Denizli belediyesinin sunmuş olduğu sosyal sorumluluk projelerine, kadın ve erkek vatandaşların bakış açılarında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır. **H1₁ hipotezi reddedilir.**

Tablo 2.2. Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t Testi

| Cinsiyet | | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean | t | p |
|----------|-------|-----|--------|----------------|-----------------|-------|------|
| Refah | Kadın | 181 | 4,0110 | ,57349 | ,04263 | -,568 | ,570 |
| | Erkek | 169 | 4,0444 | ,51962 | ,03997 | -,570 | ,569 |
| Kent | Kadın | 181 | 3,8336 | ,61849 | ,04597 | -,042 | ,966 |
| | Erkek | 169 | 3,8361 | ,46962 | ,03612 | -,043 | ,966 |
| Eğitim | Kadın | 181 | 3,7514 | ,61379 | ,04562 | -,265 | ,791 |
| | Erkek | 169 | 3,7692 | ,64807 | ,04985 | -,264 | ,792 |
| Çalışan | Kadın | 181 | 3,8453 | ,53825 | ,04001 | 1,566 | ,118 |
| | Erkek | 169 | 3,7538 | ,55420 | ,04263 | 1,564 | ,119 |
| Siyasal | Kadın | 181 | 3,4346 | ,97065 | ,07215 | 1,416 | ,116 |
| | Erkek | 169 | 3,1815 | ,98933 | ,07610 | 1,414 | ,116 |
| Sağlık | Kadın | 181 | 4,1459 | ,46565 | ,03461 | ,944 | ,346 |
| | Erkek | 169 | 4,0994 | ,45362 | ,03489 | ,945 | ,345 |
| İnsan | Kadın | 181 | 3,7500 | ,63792 | ,04742 | ,921 | ,358 |
| | Erkek | 169 | 3,6879 | ,62248 | ,04788 | ,922 | ,357 |

2.5.2.2. Yaşa Göre ANOVA Testi

Araştırmada katılımcıların yaş gruplarına göre sosyal sorumluluk projelerine bakış açılarını incelemek için “ANOVA testi” yapılmıştır. Tüm boyutlar için p değerleri 0,05’den büyük çıktığı için istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmıştır. Yani Denizli Belediyesinin sunmuş olduğu sosyal sorumluluk projelerine, tüm yaş grubundaki vatandaşların bakış açıları arasında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır. H21 hipotezi reddedilir.

Tablo 2.2. Yaşa Göre ANOVA Testi

| | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Refah | Gruplar Arası | 1,225 | 4 | ,406 | 1,942 | ,109 |
| | Gruplar İçinde | 101,434 | 345 | ,294 | | |
| | Toplam | 104,659 | 349 | | | |
| Kent | Gruplar Arası | ,584 | 4 | ,146 | ,479 | ,751 |
| | Gruplar İçinde | 105,323 | 345 | ,305 | | |
| | Toplam | 105,907 | 349 | | | |
| Eğitim | Gruplar Arası | 1,255 | 4 | ,314 | ,789 | ,533 |
| | Gruplar İçinde | 137,145 | 345 | ,398 | | |
| | Toplam | 138,400 | 349 | | | |
| Çalışan | Gruplar Arası | ,604 | 4 | ,151 | ,502 | ,735 |
| | Gruplar İçinde | 103,875 | 345 | ,301 | | |
| | Toplam | 104,480 | 349 | | | |
| Siyasal | Gruplar Arası | 5,327 | 4 | 1,332 | 1,374 | ,242 |
| | Gruplar İçinde | 334,297 | 345 | ,969 | | |
| | Toplam | 339,624 | 349 | | | |
| Sağlık | Gruplar Arası | 1,602 | 4 | ,400 | 1,914 | ,108 |
| | Gruplar İçinde | 72,186 | 345 | ,209 | | |
| | Toplam | 73,788 | 349 | | | |
| İnsan | Gruplar Arası | 1,183 | 4 | ,296 | ,742 | ,564 |
| | Gruplar İçinde | 137,502 | 345 | ,399 | | |
| | Toplam | 138,685 | 349 | | | |

2.5.2.3. Eğitim Durumuna Göre ANOVA Testi

Araştırmada katılımcıların eğitim seviyelerine göre sosyal sorumluluk projelerine bakış açılarını incelemek için “ANOVA testi” yapılmıştır. Tüm boyutlar için p değerleri 0,05’den küçük çıktığı için istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Yani Denizli belediyesinin sunmuş olduğu sosyal sorumluluk projelerine, farklı eğitim grubundaki vatandaşların bakış açıları arasında farklılığa rastlanmıştır. **H₃ hipotezi kabul edilir.**

Tablo 2.3. Eğitim Durumuna Göre ANOVA Testi

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Refah | Gruplar Arası | 3,308 | 4 | ,827 | 2,815 | ,025 |
| | Gruplar İçinde | 101,351 | 345 | ,294 | | |
| | Toplam | 104,659 | 349 | | | |
| Kent | Gruplar Arası | 2,710 | 4 | ,427 | 2,415 | ,028 |
| | Gruplar İçinde | 104,198 | 345 | ,302 | | |
| | Toplam | 105,907 | 349 | | | |
| Eğitim | Gruplar Arası | 4,747 | 4 | 1,187 | 3,063 | ,017 |
| | Gruplar İçinde | 133,653 | 345 | ,387 | | |
| | Toplam | 138,400 | 349 | | | |
| Çalışan | Gruplar Arası | 3,392 | 4 | ,848 | 2,894 | ,022 |
| | Gruplar İçinde | 101,088 | 345 | ,293 | | |
| | Toplam | 104,480 | 349 | | | |
| Siyasal | Gruplar Arası | 15,510 | 4 | 3,877 | 4,127 | ,003 |
| | Gruplar İçinde | 324,115 | 345 | ,939 | | |
| | Toplam | 339,624 | 349 | | | |
| Sağlık | Gruplar Arası | 3,404 | 4 | ,851 | 4,171 | ,003 |
| | Gruplar İçinde | 70,384 | 345 | ,204 | | |
| | Toplam | 73,788 | 349 | | | |
| İnsan | Gruplar Arası | 4,273 | 4 | 1,068 | 2,742 | ,029 |
| | Gruplar İçinde | 134,412 | 345 | ,390 | | |
| | Toplam | 138,685 | 349 | | | |

2.5.2.4. Boyutlara Göre Farklılık Testleri

Tablo 2.4’e bakıldığında vatandaşların genel olarak sosyal sorumluluk projelerini algılama ortalamalarının ($X=3,7970$; $ss= 0,6217$) 3’ün üstünde çıktığı görülmektedir. Bu değerlere göre araştırmaya katılanların belediyenin faaliyetleri ilgili algılarının genel olarak olumlu olduğu anlaşılmaktadır. Tablodaki değerlere göre araştırmaya katılanların en düşük kabul ettikleri sosyal sorumluluk boyutu “Siyasal Ve Politik Sorumluluk” ($x=3,3124$; $ss= ,9865$) iken “Sağlıkla İlgili Sorumluluk” ($x=4,1234$; $ss= ,4598$) kabul görülen en yüksek sosyal sorumluluk boyutudur. Bu değerlere göre araştırmamızın ikinci hipotezi olan sosyal sorumluluk boyutları ortalamaları arasında fark vardır şeklindeki H₄ hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 2.4. Boyutlara Göre Farklılık Testleri

| | Ortalama | Standart Hata |
|--|----------|---------------|
| 1. Sosyal Refaha İlişkin Sosyal Sorumluluk | 4,0271 | ,54761 |
| 2. Kent Ve Çevreye Karşı Sorumluluk | 3,8348 | ,55087 |
| 3. Eğitim Ve Kültürel Sorumluluk | 3,7600 | ,62973 |
| 4. Çalışanlara Karşı Sorumluluk | 3,8011 | ,54715 |
| 5. Siyasal Ve Politik Sorumluluk | 3,3124 | ,98648 |
| 6. Sağlıkla İlgili Sorumluluk | 4,1234 | ,45981 |
| 7. İnsan Hak Ve Özgürlükleri İle İlgili Sorumluluk | 3,7200 | ,63038 |
| GENEL ORTALAMA | 3,7970 | ,6217 |

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüm sosyal sorumluluk boyutlarında sosyal sorumluluk algı ortalamalarının kadın ve erkekler ile farklı yaş gruplarındaki vatandaşlar arasında sosyal sorumluluk projelerine algılama açısından herhangi bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılrken, eğitim seviyesine göre bakış açısında farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani farklı eğitim seviyesindeki bireyler, sosyal sorumluluk projelerini farklı yorumlamaktadırlar.

Araştırmaya katılanların belediyenin gerçekleştirdiği ve toplumun kabul gördüğü en düşük sosyal sorumluluk boyutu “Siyasal Ve Politik Sorumluluk” iken “Sağlıkla İlgili Sorumluluk” kabul görülen en yüksek sosyal sorumluluk boyutudur.

Denizli ili örnekleminde araştırma sonuçlarını göz önüne alarak, yerel yönetimlerin sosyal sorumluluk düzeylerinin çeşitli faktörler arasında değişkenlik gösterdiğini görmekteyiz. Analiz sonuçlarında düşük çıkan değerlerin yükselmesi adına yerel yönetimlerin çabalarını ve sorumluluk bilinçlerini halkın yerel isteklerini anket kamuoyu araştırmalarına daha çok ağırlık vererek en muazzam sonuca ulaşılabilceği önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akman, Elvettin (2009). “Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Yönetimi: Çankaya Belediyesi Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Bakan, İsmail ve Doğan, İnci Fatma, (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, (içinde) Yönetimde Çağdaş ve Güncel Konular, Kavramlar, İlkeler, Uygulamalar ve Yaklaşımlar, Editör: İsmail Bakan, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Çelik, Adnan (2007), “Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları”, (içinde) Kurumsal Sosyal Sorumluluk, ed.Coşkun Can Aktan, İGİAD Yayını, İstanbul, s.61-82.
- Efil, İsmail, (2013). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Dora Basım, Yayım, Dağıtım, Bursa.
- Gülcan, Nazlıgül, (2019). İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Finansal Performanslarına Etkisi, Doktora Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.
- Harman, Ata (2014). Yerel Anlamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Sosyal Fayda Boyutu: Kocaeli Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Sarıca, Y.Pınar Soykut ve Yüksel, Elçin (2012). Yerel Yönetimlerde Sosyal Sorumluluk Projesi Uygulaması Olarak Sosyal Hayata Katılım: Engelsiz Yaşam, Çalışma İlişkileri Dergisi, 3(1), 48-66.
- Şimşek, M. Şerif, Çelik, Adnan, Akgemci Tahir, (2016). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Şimşek, M. Şerif, Çelik, Adnan, (2015). İşletme Bilimine Giriş, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Tekin, Erol, (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinde Sosyal Medyanın Rolü: GSM Firmaları Örneği, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 20(1), 31-55.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan Samiye (2014). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. (4. Baskı) Ankara: Detay Yayınları.
- Ural A. , Kılıç İ., (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi.(2.Baskı).Ankara : Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.
- www.denizli.bel.tr

Medya ve Toplum

Media and Society

Cem ZAFER*
Pelin VARDARLIER**

ÖZ

Medya olgusu ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar insanlar ve toplum üzerinde etkili olmuştur. Bu etkinin boyutu medyanın ulaşılabilirlik seviyesi ile doğru orantılı olarak değişmiştir. İlk dönemlerde yalnızca yazılı şekilde gerçekleşen medya faaliyetleri oldukça az insan üzerinde etkili olurken zaman içinde sesli ve görsel medya yapılarının oluşması medyanın etki alanını genişletmiştir. Günümüzde ise sanal ortamda oluşturulan sosyal medya yapılarının ulaşım kolaylığı, etkileşim özelliği ve bu alanlarda sağladığı kolaylıklar sayesinde medya oldukça büyük kitleler üzerinde etkili olma özelliği kazanmıştır. Sosyal medya yapısı öncelikle birey devamında ise toplum yapısı üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu belirleyicilik bazen bilinçsizce olsa da genel anlamda medyanın toplum üzerinde yönlendirici bir etkisinin olduğu yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada medyanın toplumu nasıl şekillendirdiğinin izahı yapılmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Medya, Toplum, Sosyal Medya.

ABSTRACT

Media phenomenon has been effective on people and society since its emergence. The size of this effect has changed in direct proportion to the level of accessibility of the media. In the early periods, only the media activities that took place in the written form were influential on very few people, while the formation of audio and visual media structures over time expanded the media's sphere of influence. Today, thanks to the ease of transportation, interaction characteristic and the facilities it provides in the social media structures created in the virtual environment, the media has gained the ability to be influential on the masses. Social media structure plays a decisive role on the structure of society. Although this determinism is sometimes unconsciously, it is an undeniable fact that the media has a directive effect on society in general. In this study, it is explained how media shape society.

KEYWORDS

Media, Society, Social Media.

| | Makale Geliş Tarihi / Submission Date 19.10.2018 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 14.07.2019 |
|------|--|--|
| Atıf | Zafer, C. ve Vardarliher, P. (2019). Medya ve Toplum. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 355-361. | |

* Dr., cemzafer06@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0285-2755.

** Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, pvardarliher@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5101-6841.

GİRİŞ

Toplumsal yaşamın ortaya çıkması ile başlayan iletişim faaliyetleri, ilk dönemlerde sözel olarak gerçekleştirilirken, geçen zaman ve gelişen yapılarla beraber yazının icadına bağlı olarak yazılı hale dönüşmüştür. Yazının icadının ardından yazılı materyallerin çoğaltılması ile birlikte bilgi, haber vb. unsurların yazılı şekilde dağıtılması faaliyetine başlanmıştır. Bu başlangıç günümüzdeki anlamıyla kitle iletişim veya medya faaliyetlerini ifade etmektedir. Devam eden süreçte medya faaliyetlerinde görsel materyallerin de kullanılması ile birlikte medya araçları hem yazılı hem görsel hale gelmiştir. Değişen ve gelişen teknolojik yapı içinde insanlığın sanayi toplumuna doğru geçişi ile birlikte toplumsal iletişimde teknolojiye dayalı bir medya yapısı gündeme gelmiştir. Günümüze yaklaştıkça bilgi toplumuna geçiş ile birlikte dijital veya sanal olarak nitelendirilen ortamlarda sağlanan iletişime doğru bir geçiş yaşanmıştır.

Toplumsal yaşamın haber gereksinimini karşılamak için toplum hayatına dahil olan medyanın toplumsal yaşama etkilerini aktarmak amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan literatür taraması ile oluşturulan çalışmanın sonuç bölümünde medyanın etkileri ve bunlara yönelik çözüm önerileri yer almaktadır.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Medyanın Tarihsel Süreçteki Gelişimi

Medya kavramı köken olarak ele alındığında Latince'den türediği görülmektedir. Latince; ortam, araç gibi anlamlara gelen *medium* sözcüğünün çoğulundan medya kavramı türetilmiştir. Kavram; her çeşit bilginin bireylere veya topluluklara aktarılması yoluyla gerçekleşen bilgilendirme, eğitime vb. temel sorumluluklara sahip olan görsel ve işitsel araçlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Medyanın ortaya çıkması hiç şüphesiz insanların iletişim kurma ihtiyacı ile paralellik gösterir. Bu bağlamda temel yapılara indirgenildiğinde medya ile insanlık tarihinin aynı yaşlarda olduğunu söylemek mümkündür. İlk zamanlarda insanların iletişimde ateş ve duman kullanması, barınakların duvarlarına resimler çizmesi veya çeşitli aletleri kullanarak farklı sesler çıkarması gibi durumlar iletişim ihtiyacı ve dolayısıyla medyanın gelişimine örnek gösterilmektedir. Bu konuda Jeanneney tarafından yapılan medyanın doğuşuna dair açıklamada; *“en az gelişmiş durumlar dikkate alındığında, ilk medya yapılarının oldukça basit ve öngörülebilir bir olayın ulaşılabilecek olan tüm insanlara basit bir şekilde anlatılması”* ifadelerine yer verilmiştir (Jeanneney, 1998: 20).

En kısa tanımla, haberleşme ve bilgilendirme faaliyetleri olarak ele alınan ilk medyanın boyutları insanların sözlü iletişime başlaması ile birlikte gelişme ve genişleme göstermeye başlamıştır. Konuşma ile birlikte gelişen iletişim yapısı ile sözlü kültür oluşurken bir kültürel aktarımı da beraberinde getirmiştir. Nitekim insanlar ve bu bağlamda toplumların birbiri ile olan etkileşimi sonucunda sözlü kültüre ait öğeler toplumlar arasında aktarılmaya başlanmıştır (Berger ve Luckmann, 2008: 80-101; Giddens, 2005: 508).

Konuşmanın başlaması ile gelişen medya devam eden süreçte yazının icadı ile bir adım daha ileriye gitmiş ve medyanın yazılı boyutu ortaya çıkmıştır. Yazı ile birlikte metinlere dönüştürülen bilgiler, haberler vb. bireyler arasında paylaşılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte, yazının toplumsal düzen ve kültürel gelişme açısından da büyük etkileri vardır. Örneğin Türklerin İslam'ı seçmesiyle başlayan kültürlenme sürecinin aktarımı Kutadgu Bilig ile gerçekleşmiştir ki bu aktarım nesiller ötesi bir boyuttadır.

İlk dönemler elle yazılan ve bu şekilde çoğaltılan haberlerle yürütülen medya faaliyetleri XV. yüzyılın ortalarına doğru matbaanın icadıyla birlikte ivme kazanmıştır. Matbaanın icadıyla daha kolay çoğaltılan metinler sayesinde daha fazla insana ulaşma imkânına kavuşulmuştur (Özçağlayan, 2008: 133). XX. yüzyılın sonlarına doğru medya kavramının yavaş yavaş kitle iletişim araçlarını temsil eden kavramların yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu kullanım şekli ile kullanılma oranı artan kavram zaman içinde gündelik dilde yerleşik bir hal almıştır. Bu bağlamda medya kavramı ile bütünsel manada iletişim araçları ve ortamlarının kast edildiğini söylemek mümkündür (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Medyanın günümüzdeki konumuna bakıldığında gerek insan ve gerekse toplum hayatında oldukça önemli bir pozisyonda olduğu görülmektedir. Nitekim gelişen teknolojilerle daha yaygın hale gelen medya yapıları gündelik yaşamın her alanında bilgilendirici ve yönlendirici bir güç olma özelliği kazanmıştır. Teknolojinin medya yapıları içinde kullanılması ile birlikte ise medya tüm koşullarda iletişim kurmayı sağlama fonksiyonuna erişmiştir (Soydan, Alpaslan, 2014: 57).

Genel bir yapıyı ifade eden medya kavramı bünyesinde yazılı basın, görsel medya, işitsel medya gibi unsurları barındırmaktadır. Bu bağlamda medya bünyesinde yer alan bilgi, haber, yorum vb. unsurlar görsel, işitsel ve yazılı şekilde insanlara iletilebilmektedir (Soydan, Alpaslan, 2014: 57). Günümüzde ise gelişen teknolojilerle birlikte internetin kullanılması ve bu yapı üzerinde etkileşim temelli internet sitelerinin oluşturulması *sosyal medya* olarak adlandırılan yapının literatüre girmesini sağlamıştır.

1.2.Sosyal Medyanın Doğuşu ve Gelişimi

Sosyal medya, insanın düşünce, fikir ve kendileriyle ilgili bilgileri paylaşmak üzere bir araya geldiği ortak bir yerdir. Sosyal medya terimi, diğer insanlara ulaşmak ve onlarla bağlantı kurmak, bir ilişki yaratmak, güven inşa etmek ve bu ilişki içerisindeki insanlara sunulan ürünü, satın almaya hazır olduklarında orada olmak için tüm bu teknolojileri nasıl efektif kullanabileceğidir (Safko, 2012: 41). Sosyal medya terimi, bireylerin aralarında çeşitli içeriklerde ki bilgiyi paylaşarak iletişim kurmaları için imkan sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir (Vardarlıer & Eren, 2013: 852).

Sosyal medya, en basit tanımlamasıyla Web2.0 adı verilen teknolojilerin kullanıldığı iletişim ortamlarını ifade etmektedir. İletişim, etkileşim ve katılımdan doğan Web 2.0 tabanlı yapılar, iletişim sağlayan araçlar, iletişim temelli internet siteleri ve internet üzerinde yer alan yayınlar olarak da tanımlanan sosyal medya yapısı insanlar arasında sosyalleşmenin sağlanması amacıyla kullanılan bir medya türüdür (Kahraman, 2013: 19 – 20). Bu yapı, yeni ortaya çıkan iş modellerini, sosyal yapıları ve teknoloji alanındaki sunumları teşvik etmek amacıyla bireyler, hazırlanan içerikler ve sağlanan veriler arasında verimli etkileşimi kolaylaştıran teknoloji ve uygulamalar düzeni olarak tanımlanmaktadır (İyiler, 2009: 9). Bu yeni medya yapılanmasının geleneksel medya ile arasındaki en büyük farklardan biri bilgi – haber yayılımının ve iletişimin çok hızlı gerçekleşmesiyle birlikte kullanıcılara karşılıklı etkileşim imkânı da sunmasından kaynaklanmaktadır (Talimciler, 2013: 15 – 17).

Sosyal medyanın ortaya çıkışı Web 2.0 olarak adlandırılan yapıları dayanmaktadır (İyiler, 2009: 19). Öncesinde Web 1.0 ile başlayan temel internet teknolojilerindeki statik yapının Web 2.0 ile dinamik hâle dönüştürülmesi ile içerik oluşturma imkânına kavuşan kullanıcılara bu durum sosyal tabanlı bir yapı ile sunulunca sosyal medya yapısı oluşmaya başlamıştır (Bozarth, 2010: 11). Genel olarak bakıldığında sosyal medya; bilgi ve fikir paylaşımı için sohbet dayalı medyayı kullanarak çevrimiçi olarak bir araya gelen insan toplulukları arasındaki faaliyetler, uygulamalar ve davranışları ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle sosyal medya; içeriğin resimler, videolar ile işitsel unsurlar biçiminde yaratılmasını ve kolaylıkla yayınlanmasını mümkün kılan web tabanlı uygulamalardır (Safko & Brake, 2009: 6). Sosyal medya uygulamalarının içeriğini tamamen bireyler belirlemekte ve bireyler birbirleri ile sürekli bu uygulamalar üzerinden etkileşim kurabilmektedir.

Web 2.0’la medya sektöründe meydana gelen tek gelişme sosyal medya olarak algılansa da bu durum olayın yalnızca birincil ve somut yönünü temsil etmektedir. Nitekim sosyal medya yapısının oluşması ile birlikte medyanın tekelleşmiş yapısında da bozulmalar meydana gelmiştir. Sosyal medya yapılarının ortaya çıkışına kadar birkaç büyük medya grubunun hâkimiyetinde olan medya organları artık bireysel yapıların da hâkim olduğu mecraların baskısı altına girmeye başlamıştır. Bu bağlamda medya patronlarının yönlendirmelerinden bağımsız olarak içerik üreten ve bu içerikleri istedikleri insanlarla paylaşan yeni bir medya yapısı ortaya çıkmıştır (Kahraman, 2013: 19 – 20).

Yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medya, “kitle izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler” olarak görülmektedir (Geray 2003: 20). Kişisel kullanımı konusunda artık sınırsız bir büyüklüğe ulaşan sosyal medya ve yeni medyanın temel özelliklerinin tüm sektörlerdeki işletmelere olan etkisi, çalışma yaşamında da değişime yol açmış, yeni yönetim anlayışları ve iş modelleri ortaya çıkmıştır. Neredeyse bütün şirketlerin, siyasi grupların, sivil toplum örgütlerinin ve diğer kuruluşların bir web sayfası bulunmakta, çalışanlar artık her gün internete girmekte ve internet üzerinden iletişimi sağlamaktadır. Böylelikle yeni medya daha açık, şeffaf ve etkileşimli bir araç olarak işlemektedir. Kurumlar ve takipçileri, birbirinin etkinliklerini ve hareketlerini takip edebilecek daha etkin bir dayanağa sahip olmaya başlamıştır. Sosyal medyayla birlikte hız öne çıkmış, hem coğrafi hem demografik anlamda kapsama alanı büyümüş; böylece iletişimde uzak mesafelerin engel taşımadığı, iletilerin kitleler tarafından seçilip, ayıklanıp adreslenebildiği, büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Bu iletişim biçiminde görüntü ve ses eşzamanlı olarak iletişim ortamında taşınabilmektedir. Dolayısıyla yeni medya, kullanıcılar veya kullanıcı grupları arasındaki bilgi alışverişinde karşılıklı etkileşimi sağlayabilmektedir. Öte yandan teknolojinin, üretimden tüketime kadar olan tüm süreçlerde toplumsal ilişkiler tarafından biçimlenen bir mücadele alanı olduğu, toplumsal yaşamın ve toplumsal ilişkilerin içinde şekillendiği, yapılandığı ve/veya inşa edildiği dile getirilmektedir (Yücesan ve Özdemir 2008: 10-11). Bu kapsamda “internet-demokrasi ilişkisini irdeleyen akademik çalışmaların bir kısmı, internet ortamını Atina demokrasisi anlayışının katılımcı modeline benzetmekte ve tüm yurttaşların siyasal sürece tıpkı dönemin agoralarındaki gibi dolaysız olarak katıldıklarını öne sürmektedir” (Toprak, 2009). Bir başka deyişle hiyerarşik, bir merkezden birçok kişiye uzanan geleneksel medyaya karşılık yeni medyanın gerek altyapısı

gerekse kullanılan yazılımlarıyla simetrik, demokratik; yani egemeni olmayan, yurttaşların siyasal karar alma etkinliğine daha geniş yer veren, şeffaf, ağ üzerinden katılımı olanaklı kılan bir iletişim modelini temsil ettiğini ileri süren görüşler dile getirilmektedir (Törenli 2005: 159).

2.MEDYA VE TOPLUMSAL ETKİLERİ

Toplumsal yaşamın başlaması ve bu yaşama adapte olan insanların ihtiyaçları içinde yer alan haber alma ihtiyacını giderme faaliyetlerini gideren medya yapıları, önce toplumlar tarafından benimsenmiş, zamanla toplumsal yaşam üzerinde etkinliğini artırmıştır. Bu etki çoğu zaman ulaştırılan haberlerle toplumun yönlendirilmesi şeklinde görülmektedir. Buna ek olarak medyanın toplumu; kültürel, sosyal, idari vb. alanlarda etkilediği topluma yön verdiği bilinmektedir.

2.1.Medyanın Toplum Yapısı-Kültürel Yapı Açısından Etkileri

Medyanın geçmişten günümüze gelen süreci incelendiği zaman kültürün devamlılığının sağlanması açısından da önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Nitekim kültürün önemli parçalarının ne olduğunun veya nasıl olması gerektiğinin halka aktarılması ve bu şekilde kültürel faaliyetlerin yaşatılması açısından medya önemli bir yere sahiptir. Medyaya dahil olan araçların kullanılması yoluyla kimi zaman kültürel anlamda yozlaştırma, bireylerin kişilik yapılarının bozulmasına neden olan olayları ortaya çıkarma veya yapılar da bozulmalara neden olma, kimi zaman ise kültürü geliştirme, yaşatma ve bireylerin mental sağlıklarını iyileştirmeye katkıda bulunduğu bilinmektedir (Scannell, 1992: 13).

Konu geleneksel medya açısından belirtildiği gibi olmakla beraber günümüz medya yapısının dijital ortamda olması ve bunun her türlü bilgiye erişimde kolaylık sağlaması internetin toplumsal yapı içinde büyük bir etkisi olması sonucunu doğurmuştur. Bireylerin özgür ortam olarak nitelendirilen internette, ulaşabildiği içerikler sayesinde sosyal anlamdaki sınırlar aşmaya başlanmış ve yetersiz olan gözetim mekanizmaları nedeniyle toplumda bireysel anlamda bir dezenformasyona gidildiği tespit edilmiştir (Uslu, 2007: 224 – 226). Bu bağlamda bireylerin internet üzerinden sanal cinsellik, kumar oyunları gibi yapılar da zaman geçirmeleri ayrıca sosyal ilişkilerin bile internet ortamına taşınması gerek aile ve gerekse toplum yapısı açısından büyük sorunlar doğmasına neden olabilecek gelişmelerdir (Karaca, 2007: 131 - 135).

Medya ve medyanın kültüre olan etkileri konusunda yapılan araştırmalarda, bazı araştırmacıların medyanın birey, kültür ve toplum üzerindeki etkileri açısından bir kendiliğinden oluşumdan söz ettiği görülmektedir. Ancak bu etki unsuruna dair yapılan araştırmalar genel anlamda kendiliğinin oluşmanın pek de söz konusu olmadığını, yönlendirmenin, bozulmanın genellikle bilinçli şekilde gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır (Barrett, Braham, 1995: 63). Medya ve kültür ilişkisi konusunda yapılan bazı araştırmalara göre ise medya ve medya yapısı içinde özellikle televizyon yayınlarının mevcut düzen açısından bir kol işlevi gördüğü ifade edilmektedir. Bu düşüncüyü savunan araştırmacılara göre; bireylerin olumlu ve genel anlamda kabul ettiği duyguları, inançları düşünceleri ve davranışları üzerinde medyanın veya medyaya dahil olan araçların herhangi bir değiştirici etkisi olmamaktadır. Bunun aksine medya, bireylerde mevcut olan değerleri ve duyguları koruyan ve kuvvetlendiren bir etkiye sahiptir. Ancak bahsedildiği gibi yapılan diğer çalışmalar bu çalışmalarda elde edilen sonuçları geçersiz kılmaktadır (Barrett, Braham, 1995: 84).

2.2.Medyanın Sosyalizasyona Etkisi

Bireyin çevresindeki diğer bireylerle etkileşimi, toplum ve kültürel anlamda geçmiş olan kuşaklardan aktarılan ve günümüzde de yaşatılan toplumsal değer ve normların bireye aktarımı ve öğretilmesi olarak tanımlanan sosyalizasyon, medyanın etkilediği bir diğer alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler sosyalizasyon yapısı içinde bir toplumun kendilerine tayin ettiği rolleri, bu roller sonucunda elde ettikleri statüleri, sergilemeleri gereken davranış biçimlerini ve bundan daha öte olarak toplum ve toplumdaki diğer bireylerin beklentilerini öğrenerek bunları içselleştirirler (Fichter, 2001: 22-23; Bilgin, 2003: 351).

Sosyalizasyonun toplum açısından en belirgin yönü birey ve toplum bütünleşmesini sağlamasıdır. Bunun yanı sıra toplumun benimsediği değerlerle yetişen bireyler toplumun kabul ettiği bir insan kimliğine kavuşmaktadır. Bu husus birey ve toplum ilişkisi açısından olduğu kadar toplum varlığı içinde oldukça önemli bir durumdur. Toplumsal beklentileri içselleştiren bireyler veya toplum içinde var olan kuşaklar, kendilerinden sonra gelen kuşaklara toplumsal yapının ve dolayısıyla kültürün aktarımı çabasına girerler. Bu da sosyalizasyonun var olmasıyla doğrudan ilişkili olmakla beraber toplumun devamlılığı için de olmazsa olmaz şeklinde değerlendirilebilecek olan bir durumdur (Tezcan, 1988: 26).

Medyanın sosyalizasyon üzerindeki temel etkisi bu yapıyı oluşturan bütünlük, kültür aktarımı, varlığın devamı gibi hususlarda sağladığı hizmetten kaynaklanmaktadır. Nitekim medyanın toplumsallaşmaya olan yadsınamaz etkisine her yaştan bireyin maruz kaldığı bilinen bir gerçektir. Bu bağlamda medya araçları ile

bilinçli veya bilinçsiz şekilde bu hususa hizmet etmek mümkündür. Ancak tekrar belirtmekte fayda vardır ki bireylerin sosyalleşmelerinin ortadan kaldırılması, sosyalizasyonda eksikler oluşması, kültürel varlığın sarsılması gibi hususlar da medya tarafından gerçekleştirilebilir (Barrett, Braham, 1995: 96).

2.3. Medyanın Kamuoyu Oluşturma Yönünden Etkisi

Kamuoyu olarak adlandırılan yapı; benzer veya aynı toplumsal gruplara üye olan bireylerin belirli bir olay karşısında sergiledikleri ortak tutumlar olarak tanımlanmaktadır. Bu konuda çalışmaları bulunan Childs ise kamuoyu kavramını *kanaatler toplumu* olarak ifade etmektedir. Bununla birlikte kamuoyu yapısı içinde grup içi ve farklı gruplar arasında gerçekleşen etkileşim ve iletişimin de göz ardı edilmemesi gerekliliği üzerinde durmaktadır (Childs, 1940: 44). Kamuoyu konusunda tanımlama yapan liberal görüşe göre, toplumun herhangi bir konu hakkındaki farklı görüş ve değerlendirmelerinin bir araya gelmesi, bu durumdan bir etkileşimin doğması, çatışmaların yaşanması ve yaşanan bu sürecin sonunda ortaya çıkan, toplumun genel kanaatinin izlerini taşıyan görüşler olarak tanımlanabilmektedir (Curran, 1997: 142).

Günümüzde gerek toplumsal ve gerekse teknolojik alanlarda yaşanan gelişmelerle birlikte iletişim faktörü geleneksel medya ile birlikte sosyal medya aracılığıyla yoğun şekilde gerçekleştirilen bir yapıya bürünmüştür. Bu büyüme o denli kapsamlı olmuştur ki insanlar birebir yaşayarak tecrübe edemedikleri olayları medyada yansıyan halleriyle öğrenmeye ve değerlendirmeye başlamışlardır (Kaya, 1999: 24). Bu medyaya bağımlı değerlendirme hususu ise *kamuoyu* olarak nitelendirilen ortak bakış açısının medyanın yönlendirmesinde olmasına olanak sağlamıştır. Bu hususta avantaj veya dezavantaj olarak belirtilebilecek olan husus geleneksel ve güncel medya yapılarındaki farklılıklardır. Nitekim bu yapıların ulaşabileceği kitleler düşünüldüğü zaman güncel medya yapısının geleneksele göre oldukça fazla bir kitlesinin olduğu görülmektedir. Bu durum ise ortaya çıkacak olan görüşün mahiyetine göre olumsuzluk da meydana getirebilir. Yine kamuoyu açısından bireylerin güçlü medya yapılarının yanlış yönlendirmelerine maruz kalmaları sonucunda gerçekte olmayan hususları var gibi kabul ederek hatalı yaklaşımlar sergilemeleri mümkündür ki bu da medyanın kamuoyu konusundaki en önemli dezavantajlarından biridir. Ayrıca bireylerin paylaşım yapmasına izin verilen medya yapıları altında yayılan yalan haberlerin viral yayılımının da gerçekleşmesi medyanın kamuoyu oluşturmadaki etkisi ile birlikte kontrolsüzlük açısından olumsuz bir yapının ortaya çıkabileceğine işaret etmektedir (Stein, 2005).

2.4. Medyanın Toplumsal Etkileri Açısından Toplumsal Hareketler Oluşturma Faktörü

Tarihsel sürece bakıldığında zaman neredeyse bütün dönemlerde ve bütün kültür – medeniyet yapıları içinde toplumsal anlamda iktidara bir başkaldırı veya direniş olduğunu görmek mümkündür. Bu hareketler özellikle modern öncesi olarak adlandırılan dönem için ele alınmaktadır. Bununla birlikte insanlığın postmodern dönemde yeni bir yapı oluşturması, toplumsal hareketlerin modern yapıya kayması sonucunu doğurmuştur. Bu bağlamda toplumsal hareketler konusunda, bu hareketlerin gerçekleştiği toplumlarda yaşanan radikal değişimler sonucu modern yaşamın artırdığı rasyonelleşmeye tepki mahiyetinde ortaya çıktığı görüşü hâkimdir (Foweraker, 1995: 9). Bu hususun tarihsel süreçteki örneklerini görmek de mümkündür. Nitekim Batı Avrupa’da toplumsal yapının pek çok alanında ortaya çıkan değişimler sonucunda gerçekleşen toplumsal hareketler dönemin iktidar yapıları tarafından korku verici olaylar olarak değerlendirilmiştir (Foucault, 2003). Araştırmacılar toplumsal hareketlerin ortaya çıkış nedenleri, gerçekleşme süreçleri gibi durumlarda benzerlik olduğunu belirtmekle beraber bu olaylar karşısında iktidar yapılarının tutumlarını da her dönem benzer olarak ele almışlardır. Ancak üzerinde ittifak kılınan bir diğer husus ise toplumsal hareket kavramının pek çok olayı kapsıyor olmasıdır (Crossley, 2002, ss.8-9).

Toplumsal hareketlere dair süreç incelendiği zaman XIX. yüzyılda başlayan ve gün geçtikçe gelişen hareketlerin modernite ve meşruiyet sorunsallarını temele alan hareketler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte gelişen olaylar XX. yüzyılda yerini sınıf temelli toplumsal hareketlere bırakmıştır. Bu dönemle ilgili yapılan araştırmalar 1960’lı yıllardaki toplumsal hareketlerin siyasal iktidarı hedefe almakla birlikte ekonomik altyapısı olan sınıf hareketleri olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak literatürde bu hareketler eski toplumsal hareketler olarak adlandırılmaktadır. 1970’li yıllarda ortaya çıkan ve barış, özerklik, kadın hakları vb. temelli hareketler ise yeni toplumsal hareketler olarak değerlendirilmektedir (Çetinkaya, 2008: 12).

Adı, şekli, türü vb. ne olursa olsun toplumsal hareketlerin en temel ortak noktası bu harekete dahil olan bireylerin kolektif bir bilinç veya ortak bir akıl etrafında bir ortak kimlik bulmalarıdır. Nitekim bu hareketlerin temel amacı, var olma sebebi ve toplumsal yapı içerisindeki işlevi var olan yapının ötesinde bir yapının oluşumunu hem soyut hem de somut anlamda gerçekleştirmektir (Çoban, 2011: 1). Toplumsal hareketlerin bu varlık oluşturma mücadelesi içinde kendi var oluşunu da sağlayabilmesi adına iletişim araçlarına duyduğu ihtiyaç yadsınamaz bir gerçektir. Bu bağlamda toplumsal hareketlerin temelinde var olan mevcudiyeti sağlama

ve hedefe ulaşma amacı için iletişim araçlarıyla sıkı sıkıya bir bağlılığın da sağlanması gerekmektedir. Medya yapısı ile sağlanan iletişim ve bunun sayesinde gerçekleşen ortak bilinç veya kimlik oluşturma unsuru, gelişen ve değişen medya yapılarında da varlığını değişime ayak uydurarak sürdürmüştür. Nitekim yeni medya olarak nitelendirilen gelişmiş iletişim yapısının toplumsal hareketler üzerindeki etkisi incelendiğinde yeni bir kimlik yapısı oluşumunu sağladığı görülmektedir. Bu yapı içinde kimlik oluşturan bireyler geleneksel medyatik kimliklere göre daha aktivist bir yapıdadırlar. Ancak bu aktivist yapı içinde bireylerin daha benmerkezci bir yaklaşım sergilemeleri de dikkat çekicidir. Bu bağlamda yeni medyanın toplumsal hareketler üzerindeki etkisinin bireysel bazda ortaya çıktığını ve bu ortaya çıkışın da öncelikle yeni özne şeklinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu yapı içindeki benmerkezci tavırlarda otorite bireyin kendisi olacak şekilde daha otonom, kendine yetebilen, tutarlı vb. bireysel yapılar öne çıkmaktadır. Bu değişim ise toplumsal hareketlerin ve direnişlerin şeklini değiştirmektedir. Geleneksel medyaya oranla daha baskın bir hâle gelen günümüz sosyal medya yapısı ve bu yapının gerek birey ve gerekse toplum hayatında etkin bir şekilde kullanılmaya başlanması toplumsal hareketlerde hem yatay hem de dikey bir etki etki oluşturarak bu yapının bir dönüşüme uğramasının önünü açmıştır (Mattoni, Trere, 2014: 252).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Geçmişten günümüze insanlar için etkili bir yönlendirme aracı olan medya, kapsamının genişlemesine bağlı olarak günümüzde bu etkinliğini daha da arttırmıştır. Geline nokta da medya gerek toplumsal gerek bireysel anlamda yönlendirme faaliyetini artırarak devam ettirmektedir.

Medyanın toplumsal ve bireysel anlamda yönlendirme faaliyetlerinin bütünsel olarak yararlı veya zararlı şeklinde değerlendirilmesi eksik veya hatalı bir değerlendirme olacaktır. Nitekim gerek kültürel aktarım gerek bireylerde toplumsal bağlılığın artırılması ve gerekse toplumsal anlamda gerekli noktalarda birlik ve beraberliğin sağlanması için yapılacak çağrılarda sosyal medyanın etkin bir şekilde kullanımı büyük bir avantaj sağlayacaktır. Bu şekilde insanlara çok daha kısa bir sürede ulaşarak istenen veya beklenen sonuca da bu bağlamda kısa bir sürede ulaşmak mümkündür.

Bu avantajların yanında sosyal medya kullanımı ile meydana gelebilecek olan sorunlar ve dolayısıyla dezavantaj olarak değerlendirilebilecek durumlar da mevcuttur. Sosyal medya ile toplumsal anlamda yanlış yönlendirmeler, hatalı bilgilendirmeler ile sorunlar yaşanmasına neden olma hususu medya – sosyal medya yapısının en büyük dezavantajlarından biridir. Bu dezavantaj konusu toplumsal anlamda zarar verici bir niteliktedir. Nitekim dünyada yakın tarihte bu minvalde gerçekleşen pek çok olaya şahitlik edilmiştir. Bunun yanı sıra yine sosyal medya yapıları üzerinden gerek bireysel ve gerekse toplumsal anlamda kasıtlı yanlış yönlendirmeler, hatalı bilgi aktarımları sonucunda insanların ve dolayısıyla toplumun zarar görmesine neden olmak da mümkündür.

Sosyal medya konusunda meydana gelebilecek olan zararlı durumların ortadan kaldırılabilmesi adına bu yapıların belirli denetim mekanizmalarına tabi tutulması zaruridir. Özellikle sosyal medya ortamlarında yapılan paylaşımların toplumsal anlamda doğurabileceği zararlı hususların takip ve tespit edilmesi bunun devamında ilgili yayının ortadan kaldırılabilmesi toplumun bütünselliği açısından büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Barrett, O. ve Braham, P. (1995). *Media, Knowledge and Power*, London: Routledge.
- Berger, P. L. ve Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası: Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi*, (Çev. Vefa Saygın Ögütler), İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü; Kavramlar, Yaklaşımlar*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bozarth, J. (2010). *Social Media For Trainers*, San Francisco: Pfeiffer Publish.
- Childs, H. (1940). *An Introduction To Public Opinion*, New York: Wiley And Sons
- Crossley, N.(2002). *Making Sense of Social Movements*, Philadelphia, Open University Press.
- Curran, J., (1997). *Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme*, Medya Kültür Siyaset, (Der. Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınları.
- Çetinkaya, Y. D. (2008). *Toplumsal Hareketler; Tarih, Teori ve Deneyim*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çoban, B. (2011). "Toplumsal Hareketler ve Yeni Alternatif\ Radikal Medyalar", *Yeditepe Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, No, 14.
- Soydan, E, Alparslan, N. "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014, S. 7.
- Fitcher, J. (2001). *Sosyoloji Nedir?*,(Çev. N. Çelebi), Ankara: Atilla Kitabevi.
- Foucault, M., (2003). *İktidarın Gözü*, (Çev. Işık Ergüden) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foweraker, J., (1995). *Theorizing Social Movements*, London: Pluto Pres.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.
- Giddens, A., (2005). *Sosyal Teorinin Temel Problemleri: Sosyal Analizde Eylem, Yapı ve Çelişki*, (Çev. Ümit Tatlıcan), İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- İyiler, Z., (2009). *Elektronik Ticaret ve Pazarlama-İhracatta İnternet Zamanı*, Ankara: Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi.
- Jeanneney, Jean-Noël, (1998). *Başlangıcımızdan Günümüze Medya Tarihi*, (Çev. Esra Atuk). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kahraman, M., (2013). *Sosyal Medya 101 2.0, Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş, 2.b.*, İstanbul: Media Cat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.
- Karaca, M.(2007). "Aileyi Tehdit Eden Yeni Bir Tehlike: Sanal İlişkiler", *Humanities Sciences*, 2 (3).
- Kaya, A. R., (1999). *Medya, Toplum, Siyaset*, (Ed. Kemal Alemdar), *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, İstanbul: Afa Yayınları.
- Mattoni, A. ve Trere, E., (2014). "Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the Study of Social Movements", *Communication Theory*, 24(3), 252-271.
- Özçağlayan, M. (2008). "Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel bir Değerlendirme)", *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13).
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. 3.Edition*. New Jersey: Wiley.
- Safko, L. ve Brake, D.(2009). *The Social Media Bible*. New Jersey: Wiley.
- Scannell, P.(1992). "CultureandPower: A Media", *CultureandSociety Reader*, London: Sage.
- Soydan, E. ve Alpaslan, N. (2014). "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 53-64.
- Stein, R. (2005). *Media Power: Who is Shaping Your Picture of the World?*. Lincoln: Universe.
- Talimciler, A. (2013). *Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Futbolun Yeni Dünyası, Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojileri*, (Ed. Müge Demir), Konya: Literatürk Yayınları, İnceleme-Araştırma, 46.
- Tezcan, M., Otel, M. ve Pazarlaması, T. (1988). *Boş zamanlar sosyolojisi*. Ankara:Doğan Matbaası.
- Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook:" görülüyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Uslu, Z. K. (2007). *Yeni iletişim araçları ve toplumsal etkileri. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 10-1.
- Vardarlıer, P. ve Eren, E.(2013). «Social Media's Role in Developing an Employees Sense of Belonging in the Work Place as an HRM Strategy.» *The Proceedings of 9th International Strategic Management Conference*. Riga: Elsevier, 852-860.
- Yücesan, G. ve Özdemir, A. M. (2008). *Sermayenin Adaleti: Türkiye'de Emek ve Sosyal Politika*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Personeli Güçlendirme Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma¹

The Relationship Between Personnel Empowerment And Organizational Citizenship Behavior: A Research In The Banking Sector

Özgül CAMGÖZ *
Zübeyir BAĞCI **

ÖZ

Bu araştırmanın amacı personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla özel bir bankanın Denizli ili ve ilçelerinde bulunan şubelerinde görev yapan toplam 200 banka personeli üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Veriler anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Dağıtılan anketlerden 176 tane geri dönüş sağlanmıştır. Hatalı ve eksik doldurma sonucu 4 adet anket geçersiz sayılmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı %86'dır. Banka personelinin personel güçlendirme algılarını ölçmek amacıyla Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışının ölçümünde orijinali Vey ve Campbell (2004) ile Williams ve Shiaw (1999) tarafından geliştirilen ve Basım ve Şeşen tarafından (2006) geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olan ölçekten yararlanılmıştır. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri frekans ve yüzde analizleri ile incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda personel güçlendirmenin alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışı alt boyutları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Personel Güçlendirme, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Banka Çalışanları

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationship between personnel empowerment and organizational citizenship behavior. For this purpose, a survey was carried out on 200 bank personnel working in the branches of a private bank located in Denizli and its districts. Data were collected by using questionnaire technique. 176 of the questionnaires were returned. As a result of incorrect and incomplete filling, 4 polls were considered invalid. The return rate of surveys is 86%. The scale developed by Spreitzer (1995) was used to measure personnel empowerment perceptions of bank personnel. In the measurement of organizational citizenship behavior, the scale which was originally developed by Vey and Campbell (2004) and Williams and Shiaw (1999) and tested by Basım and Şeşen (2006) has been used. The demographic characteristics of the participants were examined by frequency and percentage analysis. Correlation analysis was performed to determine the relationship between the variables. As a result of the correlation analysis, it was determined that there was a positive and significant relationship between the sub-dimensions of personnel empowerment and the sub-dimensions of organizational citizenship behavior.

KEYWORDS

Staff Empowerment, Organizational Citizenship Behavior, Bank Employees

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 23.01.2019 | 31.07.2019 |
| Atıf | Camgöz, Ö. ve Bağcı, Z. (2019). Personeli Güçlendirme Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 362-373. |

¹ Bu çalışma birinci yazar tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir

* Bilim Uzmanı, ozgul_2006@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-3074-9122

** Doç.Dr., Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, zbagci@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7902-1485

GİRİŞ

Rekabetin uluslararası bir boyut kazanması, küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve müşteri beklentilerindeki değişim günümüz iş dünyasını yakından etkilemektedir. Değişim sürecinde toplumlar artık bilgi toplumu haline gelmiştir. Bilgi toplumunda bilginin kaynağı insandır. Örgütsel başarının temel unsuru nitelikli insan gücüdür. Değişimi gören ve değişime ayak uydurmaya çalışan örgütlerde benimsenen yeni yönetim anlayışlarında insan artık bir maliyet unsuru değil bir yatırım unsuru olarak görülmektedir.

Günümüz örgütlerinin temel ihtiyacı güçlendirilmiş ve örgütsel vatandaşlık davranışını gösteren bireylerdir. Bu bağlamda kendi yetenek ve yetkinliklerine inanan, kararlara katılan, inisiyatif alabilen, örgüt yararına gönüllü bir biçimde fazladan rol davranışında bulunan çalışanlar değişen iş dünyasında örgütlere rekabet avantajı sağlayarak başarılı bir biçimde varlıklarını sürdürmelerine yardımcı olurlar. Araştırmamıza konu olan bankacılık sektörü de değişen piyasa koşullarından oldukça etkilenmektedir. Müşteri beklentilerine kısa zamanda cevap verebilmek ve kaliteli hizmet sunabilmek bankacılık sektörü için oldukça önemlidir. Personel güçlendirme anlayışı ile yetkinin devredilmesi, personelin eğitilmesi ve geliştirilmesi, örgüt içinde etkin bir iletişim ağı kurulması, bilginin açık ve anlaşılır bir biçimde paylaşılması, personelin ortak bir amacı benimsemesi bankacılık sektöründe hızlı ve iyi bir hizmet sunulmasının ön koşulu haline gelmiştir. Güçlendirilmiş bir personelin davranışı olarak nitelendirilebilecek örgütsel vatandaşlık davranışı da bankacılık sektöründe benzer öneme sahiptir. İleri görev bilincine sahip, yardımlaşma kültürünü edinmiş, etki alanı genişlemiş, beklenenin ötesinde örgüt yararına fazladan rol davranışında bulunan, çözüm odaklı olan, risk alabilen banka çalışanları da diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi bu sektörde de başarıyı sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla bankacılık sektöründe bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın literatür incelemesi kısmında personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramları detaylı bir biçimde açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın araştırma kısmında ise belirlenen amaç doğrultusunda toplanan veriler ilgili analizlere tabi tutularak elde edilen bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu başlık altında çalışmada kullanılan iki değişken (personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı) ile ilgili literatürdeki çeşitli kaynaklardan edinilen bilgilere yer verilmiştir.

1.1. Personel Güçlendirme Kavramı

Güçlendirme kavramının tam olarak anlaşılabilmesi için öncelikle güç kavramının ele alınmasında fayda vardır. Güç, başkalarını etkileyebilme, başkalarının davranışlarını istenilen doğrultuda yönlendirebilme şeklinde tanımlanabilmektedir (Bağcı ve Bursalı, 2011: 9). Güç, ayrıca fiziksel ve düşünsel olarak etkileyebilme yeteneği olarak da ifade edilebilir. Güç bireylerin karşılıklı ilişkileri sonucu ortaya çıkan bir kavramdır. Güç sahibi olmak demek istenilen sonuçları elde edebilmek için gerekli potansiyele sahip olmak demektir. Personel güçlendirme ise, personelin yaptığı işin sorumluluğunu alabilmesi için gerekli olan eğitimlerin verilmesi, takım ruhunun oluşturulması, güvene dayalı ilişkilerin oluşturulması, gerekli desteğin sağlanması ile personelin kendi yetki ve sorumluluklarını üstlenmesini sağlayan bir yönetim biçimidir (Akın, 2010:201). Personel güçlendirme çalışanlara güç vermek olarak ifade edilebilir. Çalışanlar sahip oldukları güç sayesinde kararlara katılırlar, sorumluluk alırlar ve rahatça işleri ile ilgili görüşlerini ve düşüncelerini açıklayabilirler. Bu nedenle katılımlı yönetim personel güçlendirmenin etkin bir biçimi olarak düşünülebilir. Personel güçlendirme ve katılım birbirini destekleyen ve geliştiren iki kavram olarak görülebilir.

Personel güçlendirme bireylerin daha güçlü hale gelmesini sağlamaktır. Bireylerin hiyerarşik bir düzende statü sahibi olarak değil, bireysel anlamda kendilerini güçlü hissetmelerini sağlamaktır. Personel güçlendirme ile bireylerin bilgi ve deneyimlerini arttırmak, kendilerine daha çok güvenmelerini ve diğer bireylerle güçlü bir iletişim kurmalarını sağlamak amaçlanmaktadır (Doğan ve Demiral, 2007: 284). Güçlendirme, çalışanların ödüllendirilmesi, bilgi ve gücün onlarla paylaşılması (Hales ve Klidas, 1998: 88), bireyin benlik saygısı, kontrol odağı ve bilgi miktarıyla yakından ilişkili bir kavramdır (Avey vd., 2008: 112). Güçlendirme genel olarak karar verme sürecinin genişletilmesi ve personele kararlara katılma yetkisinin verilmesi olarak ifade edilebilir. Personelin özerklik kazanabilmesi ve yetki sahibi olabilmesi amacıyla örgütler tarafından onlara rehberlik edilmesi, gerekli olan bilgi ve becerilerle donatılmalarını sağlamaktır (Chiang ve Jang, 2008: 42).

İlgili literatür incelendiğinde personel güçlendirmenin genellikle dört boyutta incelendiğini görülmektedir. Bunlar; anlamlılık, yeterlilik, seçim ve etkidir (Mete vd., 2015; Bedük ve Tambay, 2014; Durrah vd., 2014; Wang ve Lee, 2009).

Anlamlılık: Personelin yaptığı iş için harcadığı zamana ve enerjiye değecek bir iş yaptığına inanmasıdır. Bu şekilde personel değerli bir görevi yerine getirdiğine kendisini inandırır (Appelbaum ve Honegger, 1998: 34). Bireysel değerlerin ve inançların personelin örgütsel sorumlulukları ve davranışları ile örtüşmesidir.

Yeterlilik: Personelin yaptığı işi en iyi şekilde yapabilme becerisine sahip olduğuna dair inancını ve kendisini yaptığı iş için "yeterli" hissetmesini ifade etmektedir (Fettahlıoğlu ve Sünbül, 2015: 162). Başka bir deyişle yeterlilik bireylerin iş yerindeki görev ve sorumluluklarını ustaca ve kendilerinden beklenen biçimde gerçekleştirme kapasitesine sahip olduklarına dair inançlarıdır.

Seçim: Yetkinlik davranışının ustalığa dönüşmüş hali olarak tanımlanmaktadır. Bireyin işleri ile ilgili konularda inisiyatif kullanmasıdır. Başka bir ifade ile özerklik, iş ile ilgili sarf edilecek eforun, atılacak adımların ve kullanılacak yöntemlerin belirlenmesinde personelin karar mekanizması olmasıdır (Spreitzer vd., 1999: 512).

Etki: Personelin işin yapılış şekli, yönetimi ve elde edilen sonuçları etkileme derecesidir. Yani personelin işin amaçlarına ulaşması sırasında aldıkları özgün kararlar ile elde edilen sonuçlarda farklılık oluşturabilmelerini ifade eder (Akın ve Saruhan, 2016: 28).

Personel güçlendirme, personelin müşterilerle ilişkilerini etkileyen bir kavramdır. Müşterilerle doğrudan iletişimde bulunan personelin müşteri ilişkilerinde başarılı olabilmesi için örgütün amaçlarını iyi biliyor olması gerekmektedir. Örgütün amaçlarını benimsemiş bir personelin anlık kararlar alması kolaylaşmaktadır. Personel güçlendirme faaliyetleri sayesinde personelin etkili karar alma becerileri de gelişmektedir (Yatkin, 2009: 131). Yüz yüze iletişimin hâkim olduğu günümüz hizmet sektöründe güçlendirilmiş bir personel hem kendisine hem hizmeti satın alan müşteriye hem de örgütüne önemli katkılar sağlamaktadır.

1.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışının araştırılmaya başlandığı ilk yıllarda önemi ve etkisi gerektiği kadar anlaşılammıştır. Ancak bu kavram zamanla merak edilmiş ve birçok alanda araştırmalara konu olmuştur. Başta insan kaynakları yönetimi olmak üzere pazarlama, iletişim, stratejik yönetim, askeri psikoloji, iktisat, liderlik gibi alanlarda da yaygın bir biçimde araştırılmıştır (Podsakoff vd., 2000: 514).

İşini severek yapan, örgütsel faaliyetlerde isteyerek bulunan, örgüte değer veren, örgüt çıkarlarını koruyan personel sayesinde değeri, önemi ve etkisi anlaşılan örgütsel vatandaşlık davranışı 1980'li yıllarda Organ ve arkadaşları tarafından kavramsallaştırılarak literatüre kazandırılmıştır (Karataş, 2015: 50). Böylece örgütsel vatandaşlık kavramının literatürdeki ilk kullanımını 1983 yılında Dennis Organ ve arkadaşları gerçekleştirmiştir. Denis Organ'ın "tatmin performans sağlar" ifadesi ile akademik çalışmalara konu olmaya başlamıştır (Bateman ve Organ, 1983: 588). Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütün biçimsel ödül sisteminde doğrudan ve açık bir biçimde tanımlı olmayan, örgütün etkin ve verimli çalışmasını sağlayan, isteğe bağlı oluşan davranışlardır. Personel kendi iş tanımının dışına çıkarak işe yeni başlayan meslektaşının uyum sürecine gönüllü olarak destek olmakta, onun sosyalleşmesine, diğer personelle iletişiminin gelişmesine yardımcı olmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışı, fazladan rol davranışı veya prososyal davranış olarak da ifade edilmektedir (Şanal, 2013: 530). Örgütsel vatandaşlık davranışını diğer davranışlardan ayıran temel unsurlar vardır. Bu unsurlar; personelin bu davranışları doğrultusunda ödüllendirilmemesi veya cezalandırılmaması, personel tarafından görev tanımlarının üzerinde ve örgütsel amaçları gerçekleştirmek amacıyla yapılması ve personelin isteğine bağlı olarak ortaya çıkmasıdır (Turnipseed, 2002: 2).

Literatürde örgütsel vatandaşlık davranışını oluşturan boyutlar konusunda bir fikir birliğine varılamamıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde Organ (1988) tarafından ortaya konulan ve genel olarak kabul gören beş alt boyuta sahip olduğu görülmektedir (Aydoğan ve Dinçer, 2017; Dash ve Pradhan, 2014; Aslan, 2008; Jahangir vd., 2004). Bu boyutlar diğergamlık (Özgecilik, altruizm), nezaket (courtesy), centilmenlik (sportmanship) ve sivil erdem (civil virtue) şeklinde isimlendirilmiştir.

Diğergamlık/ Özgecilik: Özgecilik boyutu, örgüt içinde bireylerin karşılık beklemeden birbirine yardımcı olmaları, sorunların çıkmasını engellemek amacıyla gönüllü çaba göstermeleridir (Podsakoff vd., 2000: 518). Özgecilik, örgüt içinde bireylere yardım etmeyi amaçlayan davranışların tamamıdır.

Nezaket: Özgecilik boyutu problem ortaya çıktıktan sonra görülen davranışları ifade ederken nezaket boyutu herhangi bir problemin ortaya çıkmasını engellemeye yönelik davranışları ifade eder (Budak, 2015: 13). Başka bir ifade ile nezaket, personelin problem oluşturacak herhangi bir durumu saptaması, bu duruma çözüm önerilerinde bulunması veya problemin ortaya çıkmasına engel olmasıdır (Organ ve Lingl, 1995: 343). Özgecilik ve nezaket boyutları yardımseverlik temeline dayanmakta olup birbirine çok benzer kavramlar olarak görülse de, yardım etme eyleminin gerçekleştiği zaman iki boyut arasındaki farklılığı belirginleştirir (Çetinkaya ve Çimenci, 2014: 244).

Vicdanlılık: Vicdanlılık örgütsel düzeni sağlayan kurallara uyma davranışıdır. Personelin kurallara uyma konusunda gayretli ve istekli olmasıdır. Vicdanlılık boyutu "kişisel gayret", "ileri görev bilinci" ya da "genel uyum" olarak da ifade edilmektedir (Mahmutoğlu, 2017: 51). Personelin, işlerini zamanında ve düzenli bir biçimde yürütmeleri, düzenli bir çalışma sistemi oluşturmaları, gün içerisinde verilen mola zamanlarını kurallara uygun biçimde kullanmaları ve işe vaktinde gelip vaktinde gitmeleridir (Yıldız, 2017: 85).

Sivil Erdem: Bu boyut literatürde "erdemli olmak", "örgütsel erdem", "örgütsel gelişmeye destek vermek", "örgütsel katılım" ve "örgütü koruma" gibi isimlerle de anılmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem boyutu personelin örgüte bağlılıkları ve sorumluluk duyguları ile ilgilidir. Personelin örgüte ve örgütsel faaliyetlere ilgisi yüksek olup örgütsel çıkarları korumaktadırlar (Ulusoy ve Sarıçoban, 2017: 660).

Centilmenlik/Sportmenlik: Personelin örgüt içindeki düzeni bozacak, çatışmaya neden olacak düşünce ve davranışlardan uzak durması, ortaya çıkan problemleri büyütüp sürekli bunlardan söz etmekten kaçınması ve saygısızlık olarak değerlendirilebilecek davranışlardan uzak durması örgütsel vatandaşlık davranışının centilmenlik boyutunu oluşturmaktadır. Her örgütte ortaya çıkma olasılığı olan basit hataların görmezden gelinmesi, hoşgörülü bir biçimde ilişkilerin yürütülmesi centilmenlik boyutunda davranışının bir göstergesidir (Salihoğlu, 2013: 303).

Örgüt yaşamının temel amaçlarından birisi bireysel ve örgütsel amaçların bir arada gerçekleştirilmesidir. Örgütsel vatandaşlık davranışı bireysel amaçların örgütsel amaçlara ve örgütsel amaçların da bireysel amaçlara ulaşmasını sağlamak suretiyle bireysel ve örgütsel amaçlar arasında dengeleyici bir rol üstlenir. Personelin sadakati, özverisi ve bağlılığı örgütsel başarıyı sağlayan en önemli unsurlardır.

1.3. Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki

Güçlendirilmiş personel ile örgütsel vatandaşlık davranışını sergileyen personelin özellikleri karşılaştırıldığında ortaya çıkan farklılıklar şu şekilde ifade edilebilir: Güçlendirilmiş personel işine önem veren, işine katkı sağlayan, sürekli öğrenen, gelişime açık olan, bilgi ve becerisi yüksek, işini sahiplenen, sorumluluk alan, öz güveni yüksek, kararlara katılan ve vizyon sahibi olan bireylerdir. Örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen personel ise ileri görev bilinci olan, arkadaşlarına yardımcı olan, bilgi paylaşımı yapan, şikâyetlerden uzak kalan, çözüm odaklı olan, akıllı, risk alabilen ve değişimi destekleyenlerdir. Güçlendirilmiş ve örgütsel vatandaşlık bilincine sahip bireylerin davranışları biçimsel iş tanımlarının ötesinde ve örgüt performansına önemli ölçüde etki eden davranışlardır.

Modern yönetim uygulamalarında örgütsel başarının anahtarı gücün çalışanlarla paylaşılmasıdır. Örgütler, gücü çalışanlarına aktardıkları ölçüde başarılı olurlar. Müşteri istek ve ihtiyaçlarına en kısa sürede cevap vermek günümüz örgüt yapılarının temel amaçları arasında yer almaktadır. Karar verme yetkisinin alt kademelere devredilmesi söz konusu bu amaca ulaşılmasını sağlar (Akçakaya, 2010: 148). Yetki devri, güçlendirilmiş ve örgütü için fazladan rol davranışında bulunan bireyler ile mümkün olabilmektedir.

Personel güçlendirme işi en iyi bilen kişi o işi her gün yapan kişidir anlayışına dayanmaktadır. Yaptığı işi kendi bilgi ve becerisine güvenerek yapan, herhangi bir onaya ihtiyaç duymayan, örgütsel kaynakları kullanabilen kişiler güçlendirilmiş, örgütsel verimlilik için bireysel sorumluluk alabilen kişilerdir (Pekküçükşen, 2013: 135). Örgütsel vatandaşlık davranışı ise iş ve görev tanımları dışında kalan, herhangi bir ödül veya ceza sistemine tabii olmayan, personelin kendilerinden beklenen davranışların ötesinde gönüllü olarak davranışta bulunmalarıdır. Personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık örgütün başarısında aktif rol alan, örgütler için yaşamsal öneme sahip olan iki kavramdır.

Psikolojik güçlendirme yaklaşımına göre, güçlendirilmiş personel örgüt içindeki faaliyetlerini bir gereklilik olarak görmez. Kendi sorumluluklarının üzerinde görevlerini yerine getirir. Güçlendirilmiş personelin yetkinlikleri artar. Etki alanı genişler. Örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeye eğilimli olurlar. Böylece personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık arasında ilişki meydana gelir (Yücel ve Demirel, 2012: 27).

İlgili literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde birbirine benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Örneğin, Noori ve Azma (2013) tarafından Bojnour'da 5 farklı firmadan rastgele örnekleme yolu ile seçilmiş 123 çalışan üzerinde gerçekleştirilen çalışmada güçlendirme algısı ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Yazarlar örgüt içi kararların kontrolü, akıcı bir bilgi paylaşımı ve dinamik bir yapının örgütsel vatandaşlık davranışı ile anlamlı bir ilişki gösterdiğini belirtmişlerdir. Yine bir başka çalışmada Cheasakul ve Varma (2016) öğretmenlerin öğretme isteğinin ve güçlendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki doğrudan veya dolaylı etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Thailand 'daki özel bir üniversitede görev yapan 124 akademisyen üzerinde yürütülen çalışmada katılımcıların statüsünün, profesyonel anlamda gelişimlerinin, öz yeterliliklerinin, kararlara katılma oranlarının yüksek olması durumunda örgütsel vatandaşlık davranışında bulunma olasılıklarının da arttığı belirlenmiştir. Diğer taraftan çalışmada personel güçlendirmenin etkililik alt boyutu ile ÖVD arasında negatif

bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu olumsuz ilişki yazarlar tarafından akademisyenlerin bilgi ve becerilerinin öğrencilerin hayatlarına ve çalıştıkları üniversiteye etki edebileceği ancak bunun aynı zamanda yönetime karşı bir etkisinin de olduğu anlamına gelmeyeceği şeklinde yorumlanmıştır. Bir başka çalışmada Wat ve arkadaşları (2005) eşitlik ve ilişki kalitesinin örgütsel vatandaşlık davranışını etkilediğini, güçlendirme ve yöneticilere olan güvenin de aracı bir rol üstlendiğini ifade etmişlerdir. Hong Kong'da bulunan 183 yatırım bankacılığı personeli ile yapılan araştırmada, güçlendirmenin personeli örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeleri konusunda motive eden bir uygulama olduğuna vurgu yapılmıştır. Ayrıca personelin yaptıkları işleri anlamlı bulmaları durumunda nezaket davranışı gösterme eğiliminde oldukları, etkili olduklarını hissettiklerinde vicdanlılık davranışını daha fazla gösterdikleri ve yeterlilik algılarının örgütleri için daha fazla çaba sarf etmeleri ve kendilerini geliştirmelerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ülkemizde gerçekleştirilen çalışmalarda da bir hayli ilginç bulgulara rastlanılmaktadır. Örneğin, Arda (2006) tarafından bankacılık sektöründe çalışan bir kısım personele yönelik güçlendirme çalışmalarını konu alan araştırma yerli sermayeli özel bir bankanın 108 orta düzey yöneticisi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde elde edilen bulgular söz konusu organizasyonda yenilikçilik yapılabilecek ortamın oluşturulmadığını, personelin kendi kararlarına göre sorunları çözemediğini, personele gereken yetkinin devredilmediğini, öğrenme araçlarının yeterli olmadığını, yönetimin motivasyon sağlama konusunda eksik kaldığını, personelin başarılarının yeterince ödüllendirilmediğini ve personele yeterince güven duyulmadığını göstermiştir. Başka bir çalışma Taşlıyan ve arkadaşları (2014) tarafından akademik personel üzerinde gerçekleştirilmiştir. Personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkisini inceleyen bu çalışmada personel güçlendirme boyutlarından anlam, serbesti, yetkinlik ve etki ile örgütsel vatandaşlık arasında anlamlı düzeyde pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak akademisyenlerin işlerini anlamlı ve önemli görmeleriyle birlikte görevlerini nasıl yapacakları ve yürütecekleri konusunda özgür olabilmeleri durumunda ve bölüm içerisinde alınan kararlar üzerinde etki ve kontrollerinin artmasıyla birlikte kurumlarına karşı olan bağlılıklarında ve örgütsel vatandaşlık davranışlarında artış olacağı yönünde bir yorum getirilmiştir. Bir başka çalışma Ala (2010) tarafından personeli güçlendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde etiksel davranışın rolünü belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İki farklı özel firma üzerinde yürütülen çalışmada iki farklı model test edilmiştir. İlk model de personel güçlendirme ile ÖVD arasında herhangi bir aracı eklenmemiş, direkt etkisi incelenmiş ancak sonuç anlamlı çıkmamıştır. Bundan dolayı ikinci bir model kurularak bu ikinci modelde güçlendirmenin ÖVD üzerindeki doğrudan etkisi kaldırılarak yeniden analiz edilmiştir. Güçlendirme değişkeninin ÖVD üzerindeki etkisinin tamamıyla etik değer ve davranış değişkeni aracılığıyla sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yukarıda bahsi geçen araştırma bulgularından yola çıkarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur;

H₁: Personel güçlendirmenin alt boyutları ile özgecilerlik davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Personel güçlendirmenin alt boyutları ile nezaket davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Personel güçlendirmenin alt boyutları ile vicdanlılık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Personel güçlendirmenin alt boyutları ile centilmenlik davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Personel güçlendirmenin alt boyutları ile sivil erdem davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda özel bir bankanın Denizli ili ve ilçelerinde bulunan şubelerinde görev yapan toplam 200 banka personeli üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Veriler anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Dağıtılan anketlerden 176 tane geri dönüş sağlanmıştır. Hatalı ve eksik doldurma sonucu 4 adet anket geçersiz sayılmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı %86'dır.

Hazırlanan anket formu formu üç kısımdan ibarettir.

Birinci kısımda katılımcılara yaşlarını, cinsiyetlerini, medeni durumlarını, eğitim durumlarını ve çalışma sürelerini ifade edebilecekleri sorular sorulmuştur.

İkinci kısımda banka personelinin personel güçlendirme algılarını ölçmek amacıyla Spreitzer (1995) tarafından hazırlanan ölçek yer almaktadır. Birçok araştırmacı tarafından kullanılan bu ölçek 4 alt boyut ve toplam 12 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte ele alınan personel güçlendirme boyutları; anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etkidir. Katılımcıların ölçeklere verecekleri cevapları ise 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Bu çalışmada ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı 0.874 olarak hesaplanmıştır.

Üçüncü kısımda ise banka personelinin örgütsel vatandaşlık davranışını ölçmek amacıyla orijinali Vey ve Campbell (2004) ile Williams ve Shiaw (1999) tarafından hazırlanan ve Basım ve Şeşen tarafından (2006) geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş olan ölçek bulunmaktadır. Bu ölçek Organ (1988) tarafından ortaya konulan ve birçok araştırmada kullanılan beş temel örgütsel vatandaşlık davranışı boyutunu ölçmektedir. Bu ölçekte özgecilik alt boyutunda 5 madde, vicdanlılık alt boyutunda 3 madde, nezaket alt boyutunda 3 madde, centilmenlik alt boyutunda 4 madde ve sivil erdem alt boyutunda 4 madde olmak üzere toplamda 19 madde bulunmaktadır. Katılımcıların ölçeklere verecekleri cevapları ise 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı bu çalışma için 0.925 olarak hesaplanmıştır

Araştırmada verilerin analizinde SPSS 16 paket programı kullanılmıştır. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri frekans ve yüzde analizleri ile incelenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliğinde faktör analizi, güvenilirliğinde ise Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin dağılımları tablo 1'de sunulmuştur

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

| | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|-----------------------|-----------------|-------|-----------------|
| Cinsiyet | Kadın | 71 | 41,3 |
| | Erkek | 101 | 58,7 |
| Yaş | 19-25 Yaş | 13 | 7,6 |
| | 26-44 Yaş | 130 | 75,6 |
| | 45-59 Yaş | 29 | 16,9 |
| Medeni Durum | Evli | 109 | 63,4 |
| | Bekâr | 63 | 36,6 |
| Eğitim Durumu | Ön lisans | 41 | 23,8 |
| | Lisans | 119 | 69,2 |
| | Yüksek Lisans | 12 | 7,0 |
| Çalışma Süresi | 1 yıldan az | 13 | 7,6 |
| | 1-5 yıl | 29 | 16,9 |
| | 6-10 yıl | 56 | 32,6 |
| | 11-15 yıl | 51 | 29,7 |
| | 16-20 yıl | 22 | 12,8 |
| | 21 yıl ve üzeri | 1 | 0,6 |

Tablo 1'e göre 172 kişilik örneklem grubunun % 41,3'ü (71 kişi) kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu %75,6 ile (130 kişi) 26-44 yaş aralığındaki katılımcılar oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla %16,9 oranı ile (29 kişi) 45-59 yaş aralığındaki katılımcılar ve %7,6 oranı ile (13 kişi) 19-25 yaş aralığındaki katılımcılar izlemektedir. Katılımcıların %63,4'ünü oluşturan 109 kişi evlidir. Katılımcıların %36,6'sını

oluşturan 63 kişi ise bekârdır. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımlarına bakıldığında %69,2'sinin(119 kişi) lisans mezunu, %23,8'inin (41 kişi) ön lisans mezunu, %7'sinin (12 kişi) yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Bu oranlardan anlaşılacağı gibi katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu lisans mezunudur. Katılımcıların kurumda çalıştıkları süreye göre dağılımlarına bakılırsa; %7,6'sı (13 kişi) 1 yıldan az, %16,9'u (29 kişi) 1-5 yıl arası, %32,6'sı (56 kişi) 6-10 yıl arası, %29,7'si (51 kişi) 11-15 yıl arası, %12,8'i (22 kişi) 16-20 yıl arası ve son olarak %0,6'sı (1 kişi) 21 yıl ve üzeri çalışma süresine sahiptir.

3.2. Veri Toplama Araçlarının Geçerlik ve Güvenilirliği

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği için faktör analizinden güvenilirliği için de Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısından yararlanılmıştır.

Faktör analizi öncesinde eldeki veriler faktör analizi için uygunluk açısından incelenmiştir. Bunun için KMO değeri ile Barlett küresellik testi sonuçlarına bakılmıştır. Buna göre personel güçlendirme ölçeğinin KMO değerinin 0,879 ve Barlett testi sonucunun 2186,120 ($p<0,000$); örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğinin KMO değerinin 0,913 ve Barlett testi sonucunun 1705,466 ($p<0,000$) olduğu görüldüğünden eldeki verilerin faktör analizi uygulamaya elverişli olduğuna karar verilmiştir. Özdeğeri 1'den büyük olan faktörler ölçeğe dâhil edilmiş olup faktör yük değerleri için 0,40 alt sınır olarak belirlenmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlerin sahip oldukları yükler ise tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Personel Güçlendirme ve ÖVD Ölçeklerinin Faktör Yükleri

| MADDELER | FAKTÖRLER | | | | | | | | |
|----------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Fak 1 | Fak 2 | Fak 3 | Fak 4 | Fak 5 | Fak 6 | Fak 7 | Fak 8 | Fak 9 |
| Anlamlılık 1 | 0,810 | | | | | | | | |
| Anlamlılık 2 | 0,845 | | | | | | | | |
| Anlamlılık 3 | 0,882 | | | | | | | | |
| Yeterlilik 1 | | 0,869 | | | | | | | |
| Yeterlilik 2 | | 0,904 | | | | | | | |
| Özerklik 1 | | | 0,852 | | | | | | |
| Özerklik 2 | | | 0,869 | | | | | | |
| Özerklik 3 | | | 0,864 | | | | | | |
| Etki 1 | | | | 0,656 | | | | | |
| Etki 2 | | | | 0,816 | | | | | |
| Etki 3 | | | | 0,792 | | | | | |
| Özgecilik 2 | | | | | 0,510 | | | | |
| Özgecilik 3 | | | | | 0,800 | | | | |
| Özgecilik 4 | | | | | 0,704 | | | | |
| Özgecilik 5 | | | | | 0,671 | | | | |
| Vicdanlılık 1 | | | | | | 0,817 | | | |
| Vicdanlılık 2 | | | | | | 0,625 | | | |
| Vicdanlılık 3 | | | | | | 0,583 | | | |
| Nezaket 1 | | | | | | | 0,601 | | |
| Nezaket 3 | | | | | | | 0,985 | | |
| Centilmenlik 1 | | | | | | | | 0,803 | |
| Centilmenlik 2 | | | | | | | | 0,747 | |
| Centilmenlik 3 | | | | | | | | 0,700 | |
| Centilmenlik 4 | | | | | | | | 0,687 | |
| Sivil Erdem 1 | | | | | | | | | 0,451 |

| | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| Sivil Erdem 2 | | | | | | | | | 0,646 |
| Sivil Erdem 3 | | | | | | | | | 0,768 |
| Sivil Erdem 4 | | | | | | | | | 0,767 |
| Açıklanan Varyans (%) | 27,522 | 22,154 | 20,969 | 16,779 | 20,875 | 16,352 | 15,894 | 8,887 | 6,487 |
| | 87,424 | | | | 68,495 | | | | |
| Cronbach's Alpha (α) | 0,877 | 0,747 | 0,967 | 0,906 | 0,733 | 0,706 | 0,600 | 0,810 | 0,741 |
| | 0,937 | | | | 0,925 | | | | |

Tablo 2 incelendiğinde personeli güçlendirme ölçeğinin literatürde geçen biçimiyle 4 faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve bu faktörlerin birlikte toplam varyansın %87'sini açıkladığı görülmektedir. Anlamlılık faktörünün faktör yükleri 0,810 ile 0,882 arasında değişmekte olup açıkladığı toplam varyans %27,522'dir. Yeterlilik faktöründe yer alan maddelerden biri faktör yükü alt sınırı olan 0,40 değerinden daha düşük bir değer aldığı için ölçekten çıkarılmıştır. Geriye kalan maddelerin faktör yükleri 0,869 ile 0,904'tür ve bu faktör toplam varyansın %22,154'ünü açıklamaktadır. Özerklik faktörünün faktör yükleri 0,852 ile 0,869 arasında değişmektedir ve açıkladığı toplam varyans miktarı %20,969'dur. Etki faktörünün faktör yükleri ise 0,656 ile 0,816 arasında değişmekte olup açıkladığı toplam varyans miktarı da %16,779'dur. Yine aynı tabloya bakarak örgütsel vatandaşlık davranışları ölçeğinin de literatürde geçen biçimiyle 5 faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve bu faktörlerin birlikte toplam varyansın %68'ini açıkladığı söylenebilir. Özgeciler faktöründe yer alan maddelerden biri 0,40 değerinden daha düşük bir faktör yüküne sahip olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Geriye kalan maddelerin faktör yükleri 0,510 ile 0,800 arasında değişmektedir ve faktörün açıkladığı toplam varyans miktarı %20,875'tir. Vicdanlılık faktörünün faktör yükleri 0,583 ile 0,817 arasında değişmektedir ve açıkladığı toplam varyans miktarı %16,352'dir. Nezaket faktöründe yer alan maddelerden biri faktör yükü alt sınırı olan 0,40 değerinden daha düşük bir değer aldığı için ölçekten çıkarılmıştır. Geriye kalan maddelerin faktör yükleri 0,601 ile 0,985'tir ve bu faktör toplam varyansın %15,864'ünü açıklamaktadır. Centilmenlik faktörünün faktör yükleri 0,687 ile 0,803 arasında değişmektedir ve açıkladığı toplam varyans miktarı %8,887'dir. Sivil erdem faktörünün faktör yükleri ise 0,451 ile 0,768 arasında değişmekte olup açıkladığı toplam varyans miktarı da %6,487'dir. Tüm bu sonuçlar dikkate alındığında kullanılan ölçeklerin geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir.

Ölçeklerin güvenilirliği için Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısına bakılmıştır. Güvenilirlik, katılımcıların araştırma kapsamında kendilerine sunulan ölçekteki maddelere verdikleri cevabın tutarlılık derecesidir. Güvenilirlik, ölçeğin ölçmek istenilen özelliği ne derecede doğru ölçtüğü ile ilgilidir (Büyüköztürk, 2017:181). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin ölçülmesi için "Cronbach alfa" katsayıları hesaplanmıştır. Cronbach alfa katsayılarının alacağı değerler ve bu değerlere ilişkin yorumlar aşağıdaki gibidir (Kalaycı ve Diğerleri, 2005:405);

- 0,00 < a < 0,40 ise ölçek güvenilir değildir.
- 0,40 < a < 0,60 ise ölçek düşük güvenilirdir.
- 0,60 < a < 0,80 ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- 0,80 < a < 1,00 ise ölçek yüksek derece de güvenilirdir.

Personel güçlendirme ölçeğinin genel Cronbach's Alpha değeri 0,937olarak hesaplanmıştır. Alt boyutların Cronbach's Alpha değerleri ise; anlamlılık boyutu için 0,877, yeterlilik boyutu için 0,747, özerklik boyutu için 0,967, etki boyutu için 0,908 olarak hesaplanmıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri ise 0,925 olarak bulunmuştur. Örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutlarının Cronbach's Alpha değerleri özgeciler için 0,763, vicdanlılık için 0,706, nezaket için 0,600, centilmenlik için 0,810 ve sivil erdem için 0,741 olarak hesaplanmıştır.

3.3. Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi, sosyal bilimlerde en çok kullanılan analizlerden birisidir. Korelasyon analizinin amacı iki değişken arasındaki ilişkiyi ve söz konusu bu ilişkinin kuvvetini ve yönünü belirlemeye yöneliktir. Korelasyon kat sayısı -1 ile +1 aralığında değer almakta, bu değerler doğrultusunda ilişki yorumlanmaktadır. Korelasyon katsayısının +1 olması mükemmel bir pozitif ilişkiyi ifade ederken korelasyon katsayısının -1 olması mükemmel bir negatif ilişkiyi ifade eder. Korelasyon katsayısının 0,00 olması ise değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını ifade eder. Korelasyon analizindeki pozitif ilişki, değişkenlerden birine ait değer artması durumunda diğer değişkene ait değerinin de artması anlamına gelir. Korelasyon analizindeki negatif ilişki ise değişkenlerden birine ait değer artması durumunda diğer değişkene ait değer azalmasını

ifade etmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin yorumlanmasında kolaylık sağlayacak değerler aşağıdaki gibidir (Büyüköztürk, 2017:32);

- $0,70 < r < 1,00$ ise yüksek ilişki
- $0,30 < r < 0,70$ ise orta düzeyde ilişki
- $0,00 < r < 0,30$ ise düşük ilişki

Yapılan korelasyon analizi sonucunda elde edilen korelasyon katsayıları tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Değişkenleri Arasındaki Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

| | A | Y | Ö | E | Ö | V | N | C | S |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| A | 1 | | | | | | | | |
| Y | ,580** | 1 | | | | | | | |
| Ö | ,516** | ,644** | 1 | | | | | | |
| E | ,519** | ,711** | ,816** | 1 | | | | | |
| Ö | ,591** | ,559** | ,358** | ,401** | 1 | | | | |
| V | ,582** | ,510** | ,516** | ,532** | ,603** | 1 | | | |
| N | ,527** | ,582** | ,431** | ,480** | ,608** | ,637** | 1 | | |
| C | ,653** | ,687** | ,588** | ,605** | ,671** | ,728** | ,652** | 1 | |
| S.E. | ,535** | ,624** | ,536** | ,477** | ,648** | ,724** | ,679** | ,759** | 1 |

** $p < 0,001$; A (Anlamlılık), Y (Yeterlilik), Ö (Özeklik), E (Etki), Ö (Özerklik), V (Vicdanlılık), N (Nezaket), C (Centilmenlik), S.E. (Sivil Erdem)

Tablo 3’te görüldüğü üzere personel güçlendirme alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışı alt boyutları arasındaki ilişki şu şekilde özetlenebilir;

Personel güçlendirmenin anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışının özgecilik alt boyutu arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki ($r = 0,591$, $r = 0,559$, $r = 0,358$, $r = 0,401$, $p < 0,01$) olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma kapsamında oluşturulan “personel güçlendirmenin alt boyutları ile özgecilik davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır” biçimindeki H_1 hipotezi doğrulanmış olmaktadır.

Personel güçlendirmenin anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışının vicdanlılık alt boyutu arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki ($r = 0,582$, $r = 0,510$, $r = 0,516$, $r = 0,532$, $p < 0,01$) olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma kapsamında oluşturulan “personel güçlendirmenin alt boyutları ile vicdanlılık davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır” biçimindeki H_2 hipotezi doğrulanmış olmaktadır.

Personel güçlendirmenin anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışının nezaket alt boyutu arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki ($r = 0,527$, $r = 0,582$, $r = 0,431$, $r = 0,480$, $p < 0,01$) olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma kapsamında oluşturulan “personel güçlendirmenin alt boyutları ile nezaket davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır” biçimindeki H_3 hipotezi doğrulanmış olmaktadır.

Personel güçlendirmenin anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışının centilmenlik alt boyutu arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki ($r = 0,653$, $r = 0,687$, $r = 0,588$, $r = 0,605$, $p < 0,01$) olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma kapsamında oluşturulan “personel güçlendirmenin alt boyutları ile centilmenlik davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır” biçimindeki H_4 hipotezi doğrulanmış olmaktadır.

Personel güçlendirmenin anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki alt boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem alt boyutu arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki ($r = 0,535$, $r = 0,624$, $r = 0,536$, $r = 0,477$, $p < 0,01$) olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma kapsamında oluşturulan “personel

güçlendirmenin alt boyutları ile sivil erdem davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır” biçimindeki H_5 hipotezi doğrulanmış olmaktadır.

4. SONUÇ

Personel güçlendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan bu çalışma, özel bir bankanın Denizli ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren şubelerinde çalışan 172 personel ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin teorik bilgilere detaylı bir biçimde yer verilmiştir. İkinci bölümde ise araştırma kapsamında elde edilen veriler analiz edilmiş ve aşağıda özetlenecek olan sonuçlara ulaşılmıştır;

Bu çalışmada öncelikle kullanılan ölçeklerin literatürde ifade edilen yapıya uygunluğu test edilmeye çalışılmıştır. Bunun için ölçeklerin yapı geçerliği uygulanan açımlayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Yapılan faktör analizi neticesinde hem personeli güçlendirme ölçeğinin literatüre uygun bir şekilde dört faktörlü bir yapıya sahip olduğu (Spreitzer, 1995; Spreitzer vd., 1999; Laschinger vd., 2004; Tolay vd., 2012; Çelebi, 2009) hem de örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğinin literatüre uygun bir şekilde beş faktörlü bir yapıya sahip olduğu (Arı, 2014; Bolat ve Bolat, 2008; Lo ve Ramayah, 2009) belirlenmiştir.

Personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde personeli güçlendirme alt boyutları (anlamlılık, yeterlilik, özerklik ve etki) ile örgütsel vatandaşlık davranışı alt boyutları (özgeçilik, nezaket, vicdanlılık, centilmenlik ve sivil erdem) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu bulgu literatürdeki çalışma bulgularıyla paralellik arz etmektedir (Bektaş ve Karagöz, 2018; Çavuşoğlu ve Güler, 2017; Çavuşoğlu, 2016; Akgündüz vd., 2014; Taşlıyan vd., 2014; Noori ve Azma, 2013; Wat vd., 2005). Buradan yola çıkarak banka çalışanlarının harcadıkları zamana ve enerjiye değecek bir işe ve bu işi en iyi şekilde yapabilmeye becerisine sahip olduklarına inanmaları, iş ile ilgili sarf edilecek eforun, atılacak adımların ve kullanılacak yöntemlerin belirlenmesi sürecinde karar mekanizmasına dâhil olmaları ve işin yapılış şekli, yönetimi ve elde edilen sonuçlar üzerinde etki ve kontrollerinin artması durumunda bağlı oldukları örgüt yararına gönüllü bir biçimde fazladan rol davranışında bulunacaklarını söylemek mümkündür.

Bu araştırma bankacılık sektöründe gerçekleştirilmiştir. Bankacılık sektörünün emek yoğun olması, personelin performans sistemine bağlı olarak çalışması, alt ve orta kademedeki çalışanların müşterilerle doğrudan iletişimde olması, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin son derece önemli olması ve yoğun rekabet ortamında benzer hizmeti veren bankaları birbirinden ayıran temel unsurun çalışan profili olması araştırmanın bu sektörde yapılmasında belirleyici olmuştur.

Personel güçlendirme personelin çabasını anlamlı kılan bir kavramdır. Personel güçlendirme ile personel kendilerini güçlendirilmiş hissederler böylece kendi rol tanımlarının ötesinde davranış sergilerler. Personelin kendi inisiyatifine bağlı olarak gönüllü bir biçimde gerçekleşen bu davranışlar literatürde örgütsel vatandaşlık davranışı olarak tanımlanmaktadır. Rekabetin giderek farklı bir boyut kazanması, teknolojinin her geçen gün gelişmesi, teknolojinin bireysel ve örgütsel yaşamın merkezinde olması, müşteri istek, şikâyet ve ihtiyaçlarının değişmesi, bu istek, şikâyet ve ihtiyaçlara kısa sürede cevap verme zorunluluğu yönetim anlayışlarında değişikliklere neden olmuştur. Günümüz koşullarına bağlı olarak değişim gösteren yönetim anlayışlarında örgütsel başarının temel prensibi gücün personelle paylaşılmasıdır. Gücün personelle paylaşıldığı, yetki devrinin verildiği, kararlara katılımın sağlandığı, düzenli geri bildirim sisteminin olduğu, eğitim ve geliştirilmenin önemli olduğu örgütler başarılı olarak görülmektedir. Güçlendirilmiş personel yaptığı işi anlamlı ve önemli görmektedir. İşlerini en iyi şekilde yapacak yeterliliğe ve yeteneğe sahip olduğuna inanır. Örgüt içindeki rollerini yerine getirirken inisiyatif alır, özgürce karar verip verdiği kararların sonuçlarını üstlenir ve örgütsel hedefler doğrultusunda gönüllü bir biçimde örgüt yararına fazladan rol davranışında bulunur. Dolayısıyla personelinin bu tür davranışlar bekleyen yöneticilerin personelinin güçlendirecek uygulamalara yer vermesi büyük önem arz etmektedir.

Bu araştırmanın bulguları yalnızca uygulama alanı ile sınırlıdır, dolayısıyla tüm banka çalışanlarına genellenemez. Bu konuyla ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacıların çok daha geniş bir örneklem üzerinde çalışmaları önerilebilir. Ayrıca personel güçlendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki doğrudan ve başka değişkenler vasıtasıyla dolaylı etkisinin incelenmesinin de yararlı olacağı aşikârdır.

KAYNAKÇA

- Akçakaya, M., (2010). Örgütlerde uygulanan personel güçlendirme yöntemleri: Türk kamu yönetiminde personel güçlendirme, Karadeniz Araştırmaları Dergisi, (25),145-174.
- Akgündüz, Y., Kale, A. ve Pazarbaşı, G. (2014). Futbol turizmine hizmet eden otel çalışanlarının psikolojik güçlendirme algılarının örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(28),1-15.
- Akın, A. ve Saruhan, S., (2016). Küçük ölçekli işletmelerde psikolojik güçlendirme ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkinin tespiti üzerine bir araştırma, Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2),25-42.
- Akın, M., (2010). Personeli güçlendirme algılaması, örgüt iklimi algılaması ve yaratıcı kişilik özelliklerinin örgüt düzeyinde yaratıcı kişilik özelliklerinin örgüt düzeyinde yaratıcı çıktılar üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29(2), 211-238.
- Ala, Ş., (2010). Personeli güçlendirmenin, örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinde etiksel davranışın rolü, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Appelbaum, S. ve Honegger, K., (1998). Empowerment: a contrasting overview of organizations in general and nursing in particular an examination of organizational factors, managerial behaviors, job design, structural power, Empowerment in Organizations, 6(2):29-50.
- Arda, S., (2006). Bankacılık sektöründe personel güçlendirme çalışmaları ve bir uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arı, G. (2014). Örgütsel Bağlılık, Örgütsel vatandaşlık davranışı ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: 4 ve 5 yıldızlı otel uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Aslan, Ş. (2008). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık ve mesleğe bağlılık arasındaki ilişkilerin araştırılması, Yönetim ve ekonomi, 15(2),163-178.
- Avey, J.B. , Hughes, L.W. , Norman, S.M. ve Luthans, K. (2008). Using positivity, transformational leadership and empowerment to combat employee negativity. Leadership and Organization Development Journal, 29(2), 110-126.
- Aydoğan, E. ve Dinçer E., (2017). Örgütsel iklim ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: kalkınma bakanlığı örneği, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9, 48-66.
- Bağcı, Z. ve Bursalı, Y.M., (2011), Yöneticilerin güç kaynaklarının çalışanların örgüte bağlılıkları üzerine etkisi: çalışanların algılamalarına bağımlı analitik bir inceleme', Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9, 9-21.
- Basım, H. Nejat ve Şeşen, Harun (2006). Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği uyarlama ve karşılaştırma çalışması. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 61(4), 83-102.
- Bateman, T.S. ve Organ, D.W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: the relationship between affect and employee: citizenship, Academy of Management Journal, 26(4), 587-595.
- Bedük, A. ve Tambay, A. (2014). Personel güçlendirme (empowerment) ve itibar yönetimi ilişkisi: bankacılık sektöründe bir alan çalışması. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(8), 319-338.
- Bektaş, M. ve Karagöz, Ş. (2018). Algılanan güçlendirmenin çalışanların performans ve örgütsel vatandaşlık davranışları üzerine etkisi, Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi, 4(5), 31-46.
- Bolat, O. ve Bolat, T. (2008). Otel işletmelerinde örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(19), 75-94.
- Budak, G., (2015). Psikolojik dayanıklılık ve örgütsel adalet algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Büyüköztürk, Ş., (2017). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, (Pegem Yayıncılık, Ankara).
- Chesakul, U. ve Varma, P., (2016). The influence of passion and empowerment on organizational citizenship behavior of teachers mediated by organizational commitment, Contaduria Administracion, 61, 422-440.
- Chiang, C.F. ve Jang, S., (2008).The antecedents and consequences of psychological empowerment: the case of taiwan's hotel companies, Journal of Hospitality & Tourism Research, 32(1), 40-61.
- Çavuşoğlu, F. (2016). Psikolojik güçlendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi: izmir il merkezindeki beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir.
- Çavuşoğlu, F. ve Güler, M.E. (2017). Psikolojik güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışının ilişkisi ve demografik değişkenlere göre farklılıkları: izmir şehir merkezindeki konaklama işletmelerinde bir araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 14 (2), 47-64.
- Çelebi, M.A. (2009). Örgütsel bağlılığın sağlanılmasında bir araç olarak personel güçlendirme, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Çetinkaya , M. ve Çimenci, S., (2014). Örgütsel adalet algısının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi ve örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü: yapısal eşitlik modeli çalışması, Yönetim Bilimleri Dergisi, 12(23),244-246.
- Dash, S. ve Pradhan, R., (2014). Determinants & consequences of organizational citizenship behavior: a theoretical framework for indian manufacturing organisations, International Journal of Business and Management Invention, 3(1), 17-27.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö., (2007). İşletmelerde personel güçlendirme kültürünün yaratılmasıyla müşteri memnuniyetinin sağlanması, Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, 12(9), 283-284.

- Durrah, O., Khmour, N., I-Abbad, S. ve Saif, N. (2014). The impact of psychological empowerment on the effectiveness of job performance: a field study on the jordanian private banks, *European Journal of Business and Management*, 6(32),176-189.
- Fettahloğlu, O. ve Sünbül, M., (2015). Duygusal zekânın psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisi, *Akademik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(14), 157-175.
- Hales, C., ve Klidas, A., (1998). Empowerment in five-star hotels: choice, voice or rhetoric?, *international Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(3), 88-95.
- Jahangir, N., Akbar, M.M. ve Haq, M. (2004). Organizational citizenship behavior: its nature and antecedents, *BRAC University Journal*, 1(2), 75-85.
- Kalaycı, Ş., (2005). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 1.b.,(Asil Yayın Dağıtım, Ankara).
- Karataş, A., (2015). Örgütsel iklimin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi: bursa ilinde bir araştırma, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 47-58.
- Laschinger, H. vd., (2004). A Longitudinal analysis of the impact of workplace empowerment on work satisfaction, *Journal of Organizational Behavior*, 25, 527-545.
- Lo, M.C. ve Ramayah, T. (2009). Dimensionality of organizational citizenship behavior (ocb) in a multicultural society: the case of Malaysia, *International Business Research*, 2(1), 48-55.
- Mahmutoğlu, T., (2017). İş hayatında cinsel ayrımcılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Mete, M. vd., (2015). Personel güçlendirme, örgütsel bağlılık ve iş memnuniyeti ilişkisinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi: turizm sektöründe bir araştırma, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 141-142.
- Noori, M. ve Azma, F., (2013). Relationship between perceived empowerment by employees and organizational citizenship behavior (case study: public organizations in bojnourd), *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(8), 438-441.
- Organ, D. ve Lingl, A. (1995). Personality, satisfaction and organizational citizenship behavior, *The Journal of Social Psychology*, 135(3), 339-350.
- Pekküçükşen, Ş., (2013). Değişen yerel yönetim anlayışında insan kaynakları stratejilerinin geliştirilmesi (Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği), Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Paine, J.B. ve Bachrach, D.G. (2000). Organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research, *Journal of Management*, 26(3), 514-524.
- Salihoğlu, G., (2013). Örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki (Çorum İlinde Hastane Çalışanlarına Anket Uygulaması), *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 303.
- Spreitzer, G.M., (1995). Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement and validation, *Academy of Management Journal*, 38(5),1443.
- Spreitzer, G. vd., (1999). Empowered to lead: the role of psychological empowerment in leadership, *Journal of Organizational Behavior*, 20(4), 511-526.
- Şanal, M., (2013). Örgütsel vatandaşlık davranışının işletmeler açısından önemi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 529-538.
- Taşlıyan, M. vd., (2014). Personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi: akademisyenler üzerine bir araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 326-327.
- Tolay, E., Sürgevil, O. ve Topoyan, M. (2012). Akademik çalışma ortamında yapısal ve psikolojik güçlendirmenin duygusal bağlılık ve iş doyumunu üzerindeki etkileri, *Ege Akademik Bakış*, 12(4),449-465.
- Turnipseed, D. (2002). Are good soldiers good? exploring the link between organization citizenship behavior and personal ethics, *Journal of Business Research*, 55, 1-15.
- Ulusoy, H. ve Sarıçoban, S., (2017). Hekimlerin örgütsel vatandaşlık düzeylerinin kurumda çalışmaktan memnuniyet durumlarının ve kurumda kalma niyetlerinin incelenmesi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(48), 659-668.
- Wang, G. ve Lee, P.D. (2009). psychological empowerment and job satisfaction an analysis of interactive effects, *Group & Organization Management*, 34(3),271-296.
- Wat, D. ve Shaffer, M. A., (2005). Equity and relationship quality influences on organizational citizenship behaviors the mediating role of trust in the supervisor and empowerment, *Personnel Review*, 34 (4), 406-422.
- Yatkın, A., (2009). Kamu yönetiminde bireysel performans ve örgütsel verimlilik aracı olarak personel güçlendirme, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 4(2), 128-141.
- Yıldız, G., (2017). Örgüt kültürünün özel ve devlet hastanelerinde görev yapan hemşirelerin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerine etkisi ve bir uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yücel, İ. ve Demirel, Y., (2012). Psikolojik güçlendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışına etkisi üzerine bir araştırma, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23,19-48.

Değer ve Değerleme Hakkında Kavramsal ve Kuramsal Bir Çalışma¹

A Conceptual and Theoretical Study on Value and Valuation

Mustafa GÖZEN*

ÖZ

Değer ve değerlendirme, her iki kavram da eski çağlardan itibaren üzerinde tartışılan ve haklarında farklı yaklaşımların geliştirildiği kavramlar olmuştur. Bu makalede farklı disiplinlerin değer ve değerlendirme kavramına bakışı incelenmiştir. Psikoloji disiplini değeri sadece bir inanç olarak ele almaktadır. Felsefe değer kavramını, değerlendirme yapılacak nesneye ve değerlemeyi yapacak özneye bağlı olarak değişen, mutlak olmayan bir kavram olarak ele almaktadır. Sosyoloji değer konusunu nesnel bakış açısından incelemekte ve sosyologlar tarafından değerlerin belli bir toplumun tercih ettiği eylem ve davranış normlarına bağlı olduğu ifade edilmektedir. Ekonomi disiplininde değerlerin açıklanmasında, emek, fayda ve kıtlık kavramları kullanılmıştır. Modern ekonomi açısından ise değer artık tercihler ve kayıtsızlık eğrileri kapsamında ele alınmaktadır. Finans disiplininde değer kavramı zaman boyutunda bugün yerine geleceğe odaklanılarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Finans disiplininde şirketin değerlendirilmesi gerçekte onun değerinin ya varlıklar bazında ya da geliri bazında değerlendirilmesi olarak ele alınmaktadır. Günümüzde değerlendirme işi öğrenilmesi ve uzmanlaşılması gereken bir disiplin haline gelmiştir. Bu bakımdan değerlendirme her zaman gündemde olan ve etkin yönetilmesi gereken bir kavram olmaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER

Değer, Değerleme, Fiyat, Fiyatlama

ABSTRACT

Value and valuation are two concepts that have been debated from ancient times and different approaches have been developed about. In this article, the view of different disciplines in terms of value and valuation is examined. The discipline of psychology treats value only as a belief. Philosophy considers the concept of value as a non-absolute concept which changes depending on the object to be valued and the subject who will make the appraisal. Sociology examines the subject of value from an objective point of view and it is stated by sociologists that value depends on the norms of action and behavior preferred by a certain society. In the discipline of economy, the concepts of labor, benefit and scarcity are used. In terms of modern economy, value is now dealt with in the context of preferences and indifference curves. The concept of value in finance discipline is tried to be explained by focusing on the future instead of today. The valuation of the company in the discipline of finance is actually considered as the determination of its value either on the basis of assets or income. Today, valuation has become a discipline that needs to be learned and specialized. In this respect, valuation is a concept that is always on the agenda and needs to be managed effectively.

KEYWORDS

Value, Valuation, Price, Pricing

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 12.11.2018 | 09.09.2019 |
| Atıf | Gözen, M. (2019). Değer ve Değerleme Hakkında Kavramsal ve Kuramsal Bir Çalışma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 374-382. |

¹ Bu çalışma Mustafa Gözen tarafından 2001 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde tamamlanan “İşletmelerde Şirket Değerlemesinde Yeni Bir Yaklaşım; Fuzzy Küme Teorisi” başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

* Dr., Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu, Ankara, mgozen@epdk.org.tr, ORCID: 0000-0002-5195-757X

GİRİŞ

Değer bilimsel olarak her zaman ilgi duyulan bir kavram olmuştur. Tarihsel gelişim sürecinde farklı dönemlerde farklı değer teorileri geliştirilmiştir. Farklı dönemlerde değer, bireylere bağlı olarak farklı anlamlar ifade etmiştir. Bir birey için değerli olan bir şey, bir başkası için değer ifade etmeyebilmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada değer ve değerlendirme kavramsal ve kuramsal olarak incelenmiş ve tartışılmıştır. Bu doğrultuda, sırasıyla değer ve değerlendirme kavramları incelenmiş, değer ve değerlendirme ile fiyat ve fiyatlama kavramlarının farklı boyutları tartışılmış, farklı disiplinler açısından değer kavramları incelenmiş ve son bölümde konu hakkında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1. DEĞER VE DEĞERLEME KAVRAMLARI

Değer; en genel anlamıyla, mal veya hizmet üretimi veya elde edilmesi için katlanılan maliyete karşılık, o mal veya hizmetten elde edilen faydanın bir fonksiyonu olarak tanımlanabilir. Bu açıdan bakıldığında, değer arz ve talep etkisi ile oluşan piyasa fiyatı anlamına gelmemektedir (Hunt, 1967; Gage, 1969). Buna rağmen, Hunt (1967) ve Gage (1969) tarafından değer çoğu zaman mal veya hizmetin maliyet veya fiyatı ile karıştırıldığı belirtilmiştir. Diğer taraftan; değer, bir malın arzu edilebilirliği ve kıtlık derecesi olmak üzere iki faktöre bağlıdır. Bir malın arzu edildiği takdirde bir değeri vardır. Malın piyasaya arz edilen miktarı arttıkça veya arzu edilebilirliği azaldıkça değeri düşecektir. Bu nedenle, kıtlık derecesi değeri etkileyen önemli bir faktör olmaktadır. Örneğin; bir mal hem talep edilir hem de kıt ise, o malın yüksek değişim değerine sahip olması beklenir (Seyidoğlu, 1992). Değer, belli bir malın, fikir veya hizmetin taşıdığı yararlı vasıf şeklinde de tanımlanmaktadır (Gage, 1969; Gokarn, 1972; Hunt, 1967). Değeri; bireyin isteyen, gereksinme duyan, amacı olan bir varlık olarak nesne ile bağlantısında beliren şey olarak tanımlamak da mümkündür (Bolay, 1996). Bireylerin gereksinme duyma biçimi ve taleplerinin farklı olması nedeniyle çok sayıda değer türleri ile karşılaşmaktadır. Ayrıca bir kişiye yüksek değer ifade eden bir şey, bir başkasına değeri az ya da değersiz görünebilmektedir. Buradan hareketle, değer matematiksel olarak şu şekilde ifade edilebilir.

$$\text{Değer} = (\text{Alıcının Elde Ettiği Fayda}) / (\text{Alıcının Ödediği Bedel}) \quad 1)$$

(1) numaralı ifadeden anlaşılacağı üzere, satın alınan mal veya hizmetin karşılığının tam alındığına inanılıyorsa değer tamına ulaşılmış olur. Aksi takdirde, tam değere ulaşılamamış ve farklı tatmin derecesine bağlı olarak %100'den farklı değer sonuçlarına ulaşılır (Akarsu, 1998). Diğer taraftan, değer genel bir tanımını matematiksel olarak şu şekilde ifade etmek mümkündür (Gage, 1969; Gokarn, 1972).

$$\text{Değer} = (\text{Mal veya Hizmetin İşlevi}) / (\text{Mal veya Hizmetin Üretim Maliyeti}) \quad 2)$$

Değer; (2) numaralı matematiksel ifadenin ötesinde, kalite, etkinlik, fiyat ve satış hizmetleri gibi birçok faktörün etkisi ile oluşmaktadır. Bir malın gördüğü işlev açısından değeri olduğu gibi nihai kullanımı nedeni ile veya nihai kullanımı sırasında gördüğü performans, güvenilirlik, görünüş gibi birçok fonksiyonun etkisi altında veya yararlı bir işlevi güvenilir bir şekilde yerine getirmesinden dolayı değeri oluşabilir.

Değer biçme ve değer atfetme kavramları birbirinden farklı kavramlardır. Değer atfetmede kendine değer atfedilen şey, değer atfedenle olan özel ve dolaylı ilgisi yüzünden değerli görülmektedir. Bu bakımdan, bir şeye değer atfetmek ile bir şeye değer biçmek arasındaki ilgi, değeri söz konusu edilen şeyin kendi dışında olan bir nedenden dolayı değerli veya değersiz görülmesindedir (Kuçuradi, 1998). Bu iki kavramın birbirinden farkı, değer atfetmenin geçerli değer yargılarına göre yapılması, değer biçmenin ise değerlendirme yapana bağlı olmasıdır. Kuçuradi (1998)'ye göre gerek değer atfetme gerekse değer biçme değerlendirileni değil değerlendireni ele vermektedir. İnsanın bir var olma şartı ve insani bir işlev olan değerlendirme, bazen bir değer biçme bazen de bir değer atfetme olarak karşımıza çıkmaktadır (Kuçuradi, 1998).

2. DEĞER VE DEĞERLEME İLE FİYAT VE FİYATLAMA KAVRAMLARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Daha önce de belirtildiği üzere, değer ve fiyat kavramları birbiri ile karıştırılmaktadır. Fiyat bir malın piyasada değiştirildiği para tutarı, başka bir deyişle bir malın piyasadaki gerçek satış değeridir. Biçilen değer ise bir malın uzman tarafından biçilmiş para karşılığıdır. Fiyat olmuş bir gerçektir. Bu nedenle, fiyat kesin ve tektir. Biçilen değer ise değer biçme ilke ve yöntemlerinin uygulanması sonucunda belirlenen bir değerdir. Bu nedenle, biçilen değer kesin ve tek değildir. Değer, değerlemenin amacı ve değerlendirme kullanılan yöntem ile değer biçen kişiye göre değişebilmektedir.

Tam rekabetin olduğu piyasalarda, fiyat arz ve talebe göre belirlenir. Bu bakımdan arz ve talebin her ikisini birlikte aynı anda dikkate almayan bir analizin yanlış sonuç vermesi beklenir (Kay, 1997). Diğer taraftan, planlı ekonomilerde fiyat merkezi bir idare tarafından belirlenmektedir (Yazıcı, 1997). Fiyat ve değer arasındaki farkı ifade etmek için tüketici fazlası terimi kullanılabilir. Başka bir deyişle, tüketici fazlası tüketicinin herhangi bir mal veya hizmet için ödemek istediği tutar ile fiili olarak ödemek zorunda olduğu tutar arasındaki pozitif farktır (Kay, 1997). Bu tanımdan hareketle, tüketici fazlası o malın değerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Özetlemek gerekirse, fiyat olmuş bir gerçek, biçilen değer ise teorik inceleme sonucunun sayısal olarak ifade edilmesidir. Bir malın fiyatı ve biçilen değeri, tam rekabetçi bir piyasada birbirine eşit olacaktır. Ancak aksak işleyen piyasalarda fiyat ve değer birbirine eşit olmayacağı gibi, bu iki değer birbirine eşit olması gibi bir zorunluluk da yoktur (Yazıcı, 1997). Bu iki kavram bazen birbirine eşit olsa bile, her iki kavramın aynı anlama sahip olduğu şeklinde bir değerlendirme de yapılamaz. Fiyatlandırma ise belirli bir zamanda mal ve hizmetlerin piyasadaki değerinin para ile ifade edilmesine karşılık gelmektedir (Yazıcı, 1997). Yazıcı (1997) tarafından belirtildiği üzere, değerlendirme ve fiyatlandırma kesişen iki küme olmaktadır. Bu iki kümenin ortak noktaları olmasına rağmen her iki küme birbirini tam olarak kapsamamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, değerlendirme teknik bir süreç iken fiyatlandırma politik bir tercih olmaktadır (Ataşağın, 1992). Bu nedenle, uygulamada karar vericiler alt ve üst sınırları belirli bir aralıkta fiyat belirleme çabasında olmaktadır.

3.FARKLI DİSİPLİNLER AÇISINDAN DEĞER KAVRAMI

Bu bölümde farklı disiplinler kapsamında; psikoloji, felsefe, sosyoloji, ekonomi ve finans açısından değer kavramları incelenmiş, bu sayılan disiplinlerin değer kavramına yaklaşımı ele alınmıştır.

3.1.Psikoloji, Felsefe ve Sosyoloji Açısından Değer Kavramı

Psikolojide değerlerin önemi, onun objektif bir esasa dayanıp dayanmaması yerine insan davranışlarına yol gösterici olarak oynadığı rolde bulunmaktadır. Bu bakımdan, psikoloji disiplini değeri sadece bir inanç olarak ele almakta ve bu bakış açısı psikoloji açısından yeterli olmaktadır. Kişilerin değerleri yerine nesnel değerlerinden bahseden, bütün nesnelere bir değeri olduğunu kabul eden psikoloji yaklaşımlarının olduğu da bilinmektedir (Güngör, 1993).

Felsefe değeri konusunu psikolojiden farklı bir şekilde ele almaktadır. Değer biçimsel olarak olumlu ve olumsuz, göreceli ve mutlak, öznel ve nesnel şeklinde ayrıma tabi tutulabilmektedir. İçerik bakımından ise nesne değerleri (hoş, yararlı, kullanışlı), mantıksal değerler (doğru, yanlış), ahlaksal değerler (iyi, kötü) ve sanat değerleri (güzel, çirkin) şeklinde sınıflandırılabilir (Bolay, 1996).

Değerin göreceliği konusunda da farklı görüşler vardır. Değerin öznenin bağımsız olarak var olduğunu kabul etmeyen görüş yanında, değerlerin bir özne ile bağlantı içinde olduğunu ifade eden görüşler de vardır. Nesnelci değer anlayışı; iyilik, güzellik, doğruluk gibi değerlerin kişilerden bağımsız olarak var olduğunu, kişiden kişiye kültürden kültüre değişmeyen nesnel gerçekliklere karşılık geldiğini savunmaktadır. Öznel değer görüşü; iyilik, güzellik, doğruluk gibi değerlerin nesnel gerçeklikleri bulunmadığını, kişisel duygulardan, tavır ve gerçeklik yorumlarından başka bir şey olmadığını dile getirmektedir.

Değer, kültür ve çağa da bağlıdır. Her kültür ve çağın kendine göre değerleri ve değerlemeleri vardır (Bolay, 1996; Akarsu, 1998). Değerlerin kişinin çevresi, kültürü ve mizacı tarafından belirlenen kişisel ve toplumsal tercihlere göre farklı olduğunu öne süren değer anlayışına *göreceli değer anlayışı* adı verilmektedir (Cevizci, 1999; Akarsu, 1998). İnsanın isteme ve eğilimlerinden bağımsız olarak değer olduğunu kabul eden felsefe görüşü de vardır.

Felsefe açısından değerlemede, değer biçme ve değer atfetme kavramlarının birbirinden ayırt edilmesi gerekmektedir. Değer biçme; mal, gelir ve haklara bilimsel yöntemlere göre değer biçme tekniğini kapsamaktadır (Mülayim, 1994). Başka bir deyişle; değer biçmek, değerlendirme konusu şeyin geçerli ilkeler, normlar, standartlar, modalar, ölçüler bakımından nitelendirilmesidir (Kuçuradi, 1998).

Değer konusunun tarihsel süreçte uzun yıllar bireysel nitelik arzettiği düşünülmüştür. Bu öznel bakış açısı nedeni ile değer konusu sosyolojinin ilgi alanına dahil edilmemiştir. Ancak son yıllarda değer konusu da sosyolojinin inceleme alanına alınmıştır (Özensel, 2003). Bilindiği üzere, sosyoloji toplumsal bakış açısına sahip olup değer konusuna öznel değil nesnel bakış açısı ile yaklaşmaktadır. Sosyoloji disiplinine göre toplumsal yapıyı oluşturan kurumların kendine ait değerleri bulunmaktadır. Bu bakımdan bir toplumdaki değerlerin kaynağı kişinin dışında olup kişi tarafından bu değerler kontrol edilemez (Yazıcı, 2014). Güvenç (1976) tarafından vurgulandığı üzere; sosyologlara göre değer, belli bir kişinin veya grubun, belli eylem ve davranış alternatifleri arasından tercih edilene ifade eden bir kavramdır.

3.2.Ekonomi Açısından Değer Kavramı

Ekonomi disipliniinde sınırsız ihtiyaçların karşılanmasında kullanılan malların değerini nereden aldığı konusunu açıklığa kavuşturmak için ortaya atılan tezler bugüne kadar birçok aşamadan geçerek evrim geçirmişlerdir. Değerin açıklanmasında, esas itibarıyla emek, fayda ve kıtlık kavramları kullanılmıştır. Ekonomi disiplini açısından değer teorileri üç başlık altında toplanabilir. Birincisi Emek-Değer Teorisi'dir. Bu teoriye göre, bir nesnenin değeri onun üretiminde harcanan emek miktarına bağlıdır. İkincisi Marjinal Değer Teorisi olup bu teoriye göre değer marjinal fayda ile açıklanmıştır. Üçüncüsü Üretim Maliyeti Teorisi olup değer ürün veya hizmetin üretiminde kullanılan üretim faktörleri açısından açıklanmaktadır.

Çok eski çağlardan itibaren değer konusunda birçok tez ortaya atılmış ve farklı görüşler belirtilmiş olmasına rağmen günümüzde genel kabul görmüş bir değer teorisi bulunmamaktadır. Tarihsel gelişim sürecinde değer kavramı ekonomi teorilerinde farklı biçimlerde ele alındığından değer kavramına yaklaşımlarda belirgin farklılıklar gözlenmektedir (Barber, 1995; Kumbaracıbaşı, 1974; Üşür, 1998).

3.2.1.Klasiklere Kadar Değer Kavramı

Orta çağda, değer genel olarak fayda ve adil fiyat kavramları ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çağda bir maddenin veya varlığın faydası bireylerin ihtiyacı ile ilişkilendirilmiştir. Ancak değer objektif olarak saptanması için fayda kavramı tek başına yeterli bir parametre değildir. Bir malın veya varlığın değeri, sağladığı fayda yanında, o malı veya varlığı üretenin harcadığı emeğin karşılığında sosyal durumuna ve örfelere göre alacağı ücrete de bağlıdır (Kumbaracıbaşı, 1974).

Orta çağdan sonraki dönemlerde değer temel kaynağının emek değil, fayda olduğu görüşü egemen olmuştur. Başka bir deyişle, değer kavramı malın ihtiyaç giderme özelliği ile ilişkilendirilmiştir. 17'nci yüzyıl ile 18'inci yüzyılın başlarında ise değer teorileri iki temel faktöre dayandırılmıştır. Locke gibi bazı bilim insanları değer emeğe dayandığı savını ileri sürerken, Turgot'un da içinde olduğu diğer bilim insanları faydanın değeri oluşturan tek faktör olduğu görüşünü savunmuşlardır (Kumbaracıbaşı, 1974).

Klasiklere kadarki görüşlerde, değer ve fiyat kavramları arasında kesin bir ayırımın yapılmadığı görülmektedir (Kumbaracıbaşı, 1974). Bu dönemde değer ve fiyat kavramının birbiri ile karıştırıldığı anlaşılmaktadır. Klasiklerden yaklaşık 2000 yıl önce Değer Teorisi'nin Hintli düşünür Kautilya tarafından ele alındığı anlaşılmaktadır (Erdem, 2017). Kautilya işçinin ücreti ile ürettiği malın piyasa değeri arasında ilişki olduğu düşüncesinden hareketle malın piyasa değerini maliyeti ile ilişkilendirmiştir. Erdem (2017) tarafından Ksenofon'un çalışmalarında objektif değer yanında bireysel Sübjektif Değer Teorisi'ne ilişkin ibarelere de rastlandığı belirtilmiştir.

Erdem (2017)'in belirttiği üzere, Aristo malların değeri konusunda ikili bir ayırım yaparak her eşyanın iki işe yaradığını belirtmiş ve bu çerçevede kullanım değeri ve mübadele değeri ayırımını yapmıştır. Aristo'ya göre bir malın kullanım değeri, o malın bir ihtiyacı karşılamak üzere kullanımı ile ilgilidir. Bir malın ekonomik değeri ise o malın kullanım değerine karşılık gelmektedir. Buna karşılık ticari mübadeleye konu olan mallar ise mübadele değerine sahiptir. Aristo mübadele değerini, kullanım değerinin bir türevi olarak nitelendirmiştir. Aristo'nun esas itibarıyla alışverişlerde adalet sorunu üzerinde durduğu ve analitik bir sorun olarak fiyat mekanizmasını ele almadığı anlaşılmaktadır (Erdem, 2017).

İbn-i Haldun'a göre, üretimin esas belirleyici faktörü emektir. Ona göre, kâr ve kazançlar insan emeğinin kıymetinden başka bir şey değildir. İbn-i Haldun'a göre bir malın değeri, onu meydana getirmek için harcanan emeğin değeridir. Dolayısıyla üretimden elde edilen kazancın esasını emek oluşturmaktadır. İbn-i Haldun, mübadele değeri kavramını kullanmamakla birlikte fiyatın içinde emeğin ağırlığını vurgulayarak mübadelede hangi değer esas olduğuna işaret etmiştir. İbn-i Haldun değer esasının emek olduğunu belirterek, Objektif Değer Teorisi'ne işaret etmekle birlikte malların faydası ile fiyatları arasında da bir ilişki kurduğu anlaşılmaktadır (Erdem, 2017).

William Petty, bir malın değişim değerini emek ile birlikte satıcılar arasındaki rekabetin, örf, adet ve arz ile talep arasındaki ilişkilerin belirleyeceğini savunmuştur. Ticaretin serbestçe yapılması görüşünü savunan Petty'nin bu yönüyle klasik Emek-Değer Teorisi'nin öncülüğünü yaptığı söylenebilir (Adaçay, 2017).

Fizyokratlara göre üretkenliğin ölçüsü artı değer olup sadece tarım fiziki olarak fazla değer yaratan bir sektördür (Adaçay, 2017). Buradan hareketle fizyokratlar yalnızca tarım sektöründe çalışan emeği üretken kabul etmişlerdir.

3.2.2.Klasiklere Göre Değer Kavramı

Klasik Değer Teorisi'nin öncülüğünü Adam Smith yapmış ve bu teoride emeğin tek değer unsuru olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca bu ifade, klasik teorinin değer kavramına temel yaklaşımını oluşturmuştur. Smith'e göre bir malın değeri, o malın üretimi için harcanan emek miktarı ile tespit edilebilir (Robinson, 1986). Smith bu görüşü benimsemiş olmakla birlikte, görüşünü sadece sermaye birikimi ve özel mülkiyetin ortaya

çıkmasından önce var olan ilkel, vahşi bir farazi toplumun koşullarına uygulamayı tercih etmiştir (Smith, 1985; Robinson, 1986).

Smith'in üretken emeği artı ürün yaratan emek bağlamında öngördüğü ölçüde merkantilistlerin ve fizyokratların izinden gittiği anlaşılmaktadır. Smith'e göre, üretken olan ve üretken olmayan emek ayrımında temel olan, değer yaratmak veya bir değere yeni bir değer katmaktır. Smith'e göre emek, üzerinde harcandığı nesnenin değerine değer katıyorsa, bu üretken emektir. Üretken olmayan emeğin ise üzerinde harcandığı nesneye yeni bir değer katması söz konusu değildir. Smith, bu nedenle hizmet üretimini üretim olarak saymamıştır (İslatine, 2017).

Smith kullanım ve değişim değeri olmak üzere iki değerden de söz etmiştir. Smith, bu ayrımı yaptıktan sonra kullanım değeri üzerinde fazla durmamış, hatta bunun değişim değeri için gerekli olmadığını belirtmiştir. Smith, bu konuda elmas ve su örneğini vermiştir. Bu örnek çerçevesinde elmasın fiyatı çok pahalıdır, değişim değeri (Smith bunu gerçek fiyat olarak adlandırmıştır.) çok yüksektir. Fakat buna rağmen elmasın kullanım değeri yoktur. Suda ise bu durum tam tersinedir. Su çok yüksek bir kullanım değerine sahiptir, çünkü susuz yaşanması mümkün değildir. Fakat suyun da elmasın tersine değişim değeri çok düşüktür. Kullanım değerinin ölçüsü fayda, değişim değerinin ölçüsü ise emektir. Başka bir deyişle, o malın gerçek fiyatı, yani değişim değeri, o malı üretirken harcanan emekle ölçülür.

Klasik Değer Teorisi'ne katkı yapan diğer ekonomist Ricardo'dur. Ricardo, Smith'in görüşlerinin sistematik hale getirilmesine katkıda bulunmuştur. Ricardo'ya göre malların değeri, üretimlerinde harcanan emek miktarına eşittir. Ancak bu teori ekonomik mallar, başka bir deyişle, gerekli emek sağlandığında istenildiği kadar üretilebilecek mallar için geçerlidir. Ricardo nadir malları ve uluslararası değişim durumunu teorisi dışında bırakmış, bunların genel bir değer teorisini etkilemeyecek kadar önemsiz olduklarını ileri sürmüştür (Robinson, 1986). Ayrıca Ricardo şirket ortaklarını katkısız birer üretim faktörü olarak görmüş ve girişimciliğin üretim sürecine katkısını analizlerinde ihmal etmiştir (Dillard, 1991). Ricardo'nun Değer Teorisi içinde, yalnız bugünkü değil, makine ve teçhizat biçiminde biriktirilmiş, başka bir deyişle, sermaye hâline gelmiş olan emek de söz konusudur. Bu bakış açısı altında şu sonuca ulaşılır: Değer, biriktirilmiş emek (sermaye) kime ait olursa olsun, yeni ve eski emek miktarı tarafından belirlenir.

Klasiklerin değer görüşlerini belirleyen bu iki ekonomistin teorilerine karşın, özellikle emeğin tek değer unsuru olamayacağını, asıl değer kaynağının kıtlık olduğunu savunan klasik ekonomistler de bulunmaktadır. Klasik ekonomistler, kullanım ve değişim değerleri arasında keskin bir ayrım çizgisi koymuşlardır. Smith sadece değişim değerini ekonomik açıdan önemli görmüştür.

Daha sonraki dönemlerde, Keynes ile sosyalizmin kurucusu Marx'ın yaklaşımı arasında da benzerlik bulunmakta olup her ikisi de aynı hususu savunmuşlardır. Buna göre, her ikisi de emeğin tek değer üreten faktör olduğunu savunmuşlardır. Marx'ın Emek-Değer Teorisi, düşünce sisteminin merkezini oluşturmuştur (Dillard, 1991; Junankar, 1982; Catephores, 1989).

Keynes, emeğin tek değer sağlayıcısı olduğunu savunan diğer ekonomistlerden farklı olarak emeğin kapsamını işçiler ile sınırlı tutmamış, girişimciliğin de emek kapsamında ele alınması gerektiğini vurgulamıştır (Dillard, 1991). Bu açıdan bakıldığında; Keynes emeği, fiziksel ve düşünsel emek olarak birlikte ele alarak diğerlerinden ayırmıştır.

J. S. Mill değer ve fiyat ilişkilerini birlikte incelemiştir. Nadir malların değeri ile fiyatının arz ve talebe bağlı olduğunu ifade etmiştir (Kumbaracıbaşı, 1974). Buna karşılık sabit maliyetle istenildiği kadar üretilebilen malların değeri arz ve talebe göre oluşmakla birlikte üretim maliyeti de değeri etkilemektedir (Kumbaracıbaşı, 1974). Tam rekabet piyasasında fiyat gittikçe maliyete yaklaşma eğilimindedir. Mill son olarak artan maliyetle üretilebilen malların değeri için, doğrudan o malın üretim maliyetinin belirleyici olduğunu öne sürmüştür. Bu tür malların fiyatı talep edilen en son birimin maliyetine göre oluşur (Kumbaracıbaşı, 1974). Smith ve Ricardo ile karşılaştırıldığında, Mill'in değer konusunda daha kapsamlı bir görüşe sahip olduğu anlaşılmaktadır. Mill, kullanım ve mübadele değeri ayrımını reddederek değer değişim değeri olarak incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Mill ayrıca Değer Teorisi'nde arz ve talep yanında, fayda ve maliyet gibi faktörlerin de etkili olduğunu savunmuştur. Değeri yaratan faktörleri malın faydası ve malların elde edilme güçlüğü olarak iki gruba ayırmıştır.

Jean B. Say Değer Teorisi'nde, bir malın değerini, üretimi için gerekli emek miktarı ile belirleyen görüşe karşı çıkmıştır (İslatine, 2017). Başka bir ifadeyle, sadece Emek-Değer Teorisi'ne bağlı kalınmasını doğru bulmamıştır. Say'a göre, üretim sürecine giren emek, sermaye ve toprak birlikte malın değerinin belirlenmesinde rol oynamaktadır. Bununla birlikte Say, bir malın tüketiciye sağladığı faydanın da değeri belirlediğini ifade ederek, marjinal fayda teorisine yakın bir yaklaşımda bulunmuştur.

3.2.3.Sosyalist Görüşe Göre Değer Kavramı

Sosyalist değer anlayışı klasik değer anlayışına, özellikle Ricardo'nun görüşlerine dayanmaktadır. Marx değeri emekle açıklayan, Göreceli Emek-Değer Teorisi'nden esinlenerek yeni bir emek-değer teorisi geliştirmiştir (Kumbaracıbaşı, 1974). Bu teoriye göre malların değerini oluşturan, o malların üretimlerinde harcanan emek miktarıdır. Bu nedenle, bu anlayışa göre emek harcanmasını gerektirmeyen mallar ekonomik açıdan mal niteliğinden yoksundur (Selik, 1982).

Marx emek fiyatının aynı kaldığını, ancak piyasa fiyatının dalgalanmasını normal koşullardan sapma olarak yorumlamıştır. Ayrıca Marx işçinin emeğinin katkısıyla oluşturduğu değer ile emeği karşılığında fiilen aldığı ücret arasındaki farkın sermaye sahibine kaldığını ve sermayenin bir çeşit birikmiş emek olduğunu ifade etmiştir (Dillard, 1991; Junankar, 1982; Divitçioğlu, 1976).

Kapitalizmi feodalizm gibi önceki toplum yapılarından ayıran temel fark, emekle diğer üretim araçlarının sahipliğinin ayrışmasıdır. Bu fark sermaye sahibi kapitalistler ile emeğinden başka bir şeyi olmayan işçi sınıfından oluşan iki sosyal sınıflı toplumda mal ve hizmetlerin alım-satımı ve işçi ücretleri konusunda sözleşme yapma ilişkilerinin varlığını ortaya koymaktadır.

Marx'a göre piyasa için üretim yapılmayan kapitalizm öncesi toplumlarda mallar kullanım değeri için üretilmiş, kapitalizmde ise malların üretilmesinin amacı piyasaya yönelik değişim değeri için olmuştur. Marx, malları değer bağlamında açıklamıştır. Buna göre bir malın kullanım değeri, bireylerin o mala atfettiği önemle, yani sağlayacakları faydayla ölçülmelidir. Bu bağlamda; bir malın kullanım değeri, bireylerin subjektif olan yargılarına bağlıdır. Öte yandan değişim değeri, tüm mallar için ortak ve standart olabilecek bir ölçü olan üretim temelinde ele alınması ve değeri oluşturan birimin, ilgili malın üretiminde harcanan emek-zaman miktarı olması gerekir.

3.2.4. Neoklasiklere Göre Değer Kavramı

Neoklasik değer anlayışına göre değer, marjinal fayda ile marjinal fayda ve Üretim Maliyeti Teorisi'ni birleştiren değer kavramı açısından incelenmiştir.

3.2.4.1. Marjinal Faydaya Dayalı Değer Kavramı

Neoklasik değer anlayışını iki kısımda incelemekte yarar bulunmaktadır. Birincisi, değer konusunda önemli bir aşama olarak nitelenen öznel yaklaşıma dayanan bir değer anlayışıdır. İkincisi ise, değer açıklanmasında marjinal fayda ve üretim maliyeti faktörlerini birleştiren değer anlayışıdır. (Kumbaracıbaşı, 1974).

Bu değer anlayışı, marjinal kavramına dayalı bir değer görüşüdür. Bir malın değeri ihtiyaç karşılama derecesine göre belirlenmekle birlikte, aynı malın eşit kalitedeki birimlerinin tüketilmesi ile sağlanan fayda gittikçe azalır ve sonunda tatminin sıfır olduğu doygunluk noktasına ulaşılır (Robinson, 1986). Doygunluk noktasında toplam fayda maksimum olur. Malın değeri ise ihtiyaç karşılama kullanılan en son birime atfedilen değer kadar olur.

Değerin kaynağının ne olduğu sorusu, iktisadın en önemli sorularından biridir. Bu soruya verilen cevaplar, sadece teknik açıklamaların değil, aynı zamanda ideolojik bakış açılarının da farklılaşmasının kaynağını oluşturmaktadır. Marjinalistler gerek klasiklerin gerekse Marxistlerin merkezi anlam yükledikleri Emek-Değer Teorisi'nin, fiyatları belirleyen güçleri açıklamada yetersiz kaldığını söylemektedirler.

Emek-Değer Teorisi'ne yöneltilen temel eleştiri, fiyatların üretim maliyetleri tarafından belirlendiği tezinin, birçok malın fiyatlarının klasiklerin öngördüğü biçimde ele alınmamasından dolayı genellikle yoksun olduğudur. Bunlar hem Ricardo'nun Emek-Değer Teorisi'ni, hem de Mill'in Üretim Maliyeti Teorisi'ni, söz konusu teorilerin arzı sabit olan malların fiyatlarının açıklanması için ayrı bir teori gerektirdikleri gerekçesiyle eleştirmektedirler.

Bu noktada marjinalistler bir malın üretimi sırasında geçmişte katlanılan büyük maliyetlerin zorunlu olarak o malın fiyatının yüksek olmasını gerektirmediğini ileri sürmektedirler. Bunlara göre bir malın değeri, sağladığı faydaya bağlıdır ve bu fayda da geçmişten değil, şimdi ve gelecekte yapılacak tüketimden kaynaklanmaktadır. Bir malın fiyatını, söz konusu malın üretimi için geçmişte ne kadar maliyete katlanıldığı değil, tüketicinin o maldan ne kadar fayda sağlamayı ümit ettiği belirlemektedir.

3.2.4.2. Marjinal Fayda ve Üretim Maliyeti Teorisi'ni Birleştiren Değer Kavramı

Bu görüşü göre, marjinal fayda ve üretim maliyeti değeri birlikte belirleyen faktörlerdir (Seyidoğlu, 1992). Bu görüşü paylaşan Alfred Marshall, fayda ile maliyetin birlikte değeri oluşturduğunu ifade etmiştir. Öznel yaklaşım ile karşılaştırıldığında, bu görüş klasik değer anlayışına daha yakındır. Bu görüşe göre kullanım değeri, ölçülebileceği ve toplanabileceği varsayılan faydaların sayısal toplamıdır. Ayrıca değişim değerini iki ayrı dönem içinde incelemek gerekmektedir. Kısa dönemde değişim değerini belirleyen faktör talep olduğu halde, uzun dönemde üretim maliyetlerine bağlı olarak arz ağırlık kazanmaktadır.

Burada dikkati çeken bir nokta, klasiklerde olduğu gibi değişim değerinin ve fiyatın ardındaki reel değer in açıklanmasını amaç edinen neoklasik yaklaşımın, bu şekliyle amacından uzaklaşmış olduğudur. Bu anlayışa göre, daha önce felsefi bir kavram olarak ele alınan değer önemini bir ölçüde kaybetmiş, araştırmalar değişim değerine ve fiyat oluşumu konusuna yönelmiştir (Kumbaracıbaşı, 1974).

Birinci kuşak neoklasiklerden Menger ile Jevons ekonominin talep tarafına ağırlık verirken Marshall hem arz hem de talep yönüne eşit derecede ağırlık vermiştir. Marshall arz ve talep fazlalığının fiyat ayarlamasıyla nasıl dengeye geleceğini ayrıntılı biçimde ele almıştır.

İkinci kuşak marjinalistler, bir taraftan birinci kuşağın marjinal değerler üzerine kurulmuş olan Talep Teorisi'ni geliştirirken, diğer taraftan da Üretim Teorisi ve arz yönünü incelemişlerdir. Bunların döneminde matematiksel formülasyonlarla Üretim Teorisi geliştirilmiş, toplumsal refah ve dışsallık konuları ele alınmıştır.

3.2.5.Modern Ekonomi Açısından Değer Kavramı

Daha önce de belirtildiği üzere, ekonomi biliminde değer kavramı; esas itibarıyla emek, fayda ve kıtlık kavramları ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bunun yanında zamanla değer kavramı bir tarafta objektif nitelik arzeden değişim değeri, diğer taraftan sübjektiflik arzeden tercihler hiyerarşisi ile ilişkilendirilmiştir. Geline durum itibarıyla, fayda kavramına dayalı bakış açısı artık eski önemini kaybetmiş ve yerini tercih indekslerine ve farksızlık eğrilerine dayalı analizlere bırakmıştır. Artık birçok düşünürü göre; değer, bir malın tercihler baremindeki yeri ile ilişkilendirilmekte ve bu yer ne kadar yükselir ise ilgili değer de o kadar fazla olmaktadır. Bu bağlamda tercihleri belirleyen koşullara bağlı olarak değer de değişebilir özelliğindedir.

Yıldırım (2012) tarafından da belirtildiği üzere, Edgewort'un farksızlık eğrileri analizini geliştirmesiyle birlikte; faydanın, sadece tüketilen bir malın miktarının fonksiyonu olmadığı, aynı zamanda tüketilen diğer malların da fonksiyonu olduğu kabul edilmektedir. Bu şekilde bir malın marjinal faydasının tüketilen diğer malların marjinal faydalarından bağımsız olduğu düşüncesi de terk edilmiş olmaktadır. Farksızlık eğrileri analizi ile mallar arasında ikame ve tamamlayıcılık ilişkisi olabileceği gibi hiçbir ilişkinin olmayabileceği gerçeği de dikkate alınmıştır (Yıldırım, 2012).

3.2.6.Finans Açısından Değer Kavramı

Finans disiplini değer kavramını zaman boyutunda bugün yerine gelecek açısından ele almaktadır. Hatta finans disiplini konuya şirket hissedarları bakımından şirket değerinin tespiti ve şirket değerinin yönetilmesi olarak bakmaktadır (Ercan ve Ban, 2005) Bu çerçevede, şirketin amacının şirket değerinin hissedarlar açısından maksimum kılınması olduğu vurgulanmaktadır.

Finans disiplini bakış açısından bir şirketin değerlemesi, gerçekte şirketin ya varlıklar bazında ya da geliri bazında değerlemesidir. Ancak şirket değerlendirme işinde genel kabul gören, tek bir hesaplama yöntemi bulunmamaktadır. Birden fazla yöntem ile bulunan sonuçlar karşılaştırma yapmak için kullanılmaktadır. Bu bakımdan farklı yöntemler ile elde edilen değerlendirme sonuçları ile şirket değeri hakkında bir fikir edinilebilir.

Yukarıda da vurgulandığı üzere, finans disiplini bakış açısından değerlendirme işinde farklı değer kavramları kullanılmaktadır. Bu değer kavramlarına örnek olarak; defter değeri, bugünkü değer, piyasa değeri, gerçek değer, tasfiye değeri, işleyen teşebbüs değeri, yeniden yapma değeri, net aktif değeri, emsal değeri, ekspertiz değeri ve piyasa kapitalizasyon değeri verilebilir. Defter değeri, bir şirketin muhasebe kayıtları bazında toplam varlıkları ile toplam yükümlülükleri arasındaki farka karşılık gelen değerdir. Bugünkü değer, şirketin gelecekte beklenen nakit akımlarının belirli bir dönem boyunca bugüne indirgenmesi ile bulunan değerdir. Piyasa değeri, bir varlığın piyasada arz ve talebe göre belirlenen değerine karşılık gelmektedir. Gerçek değer, değerlemeye konu varlık ile ilgili tüm bilgilerin değerlemeyi yapan kişide mevcut olması halinde ve etkin piyasa şartlarında hesaplanabilecek değeri ifade etmektedir. Tasfiye değeri, şirketin faaliyetine devam etmeyeceği durumda şirket varlıklarının parça parça satılması ile elde edilecek satış gelirinden yükümlülüklerinin çıkarılmasından sonra kalan tutarı ifade etmektedir. İşleyen teşebbüs değeri, faaliyette olan bir şirketin devredilmesi halinde belirlenen değere karşılık gelmektedir. Buna göre faaliyet halindeki bir şirketin değeri, sinerji etkisi ile bölümler bazındaki değerinin toplamından daha fazla olacaktır. Yeniden yapma değeri, şirketin varlıklarını yenilemek için gerçekleştirilmesi beklenen giderden mevcut yükümlülüklerin çıkarılması ile bulunur. Net aktif değeri, gerçek değer kullanılarak bir şirketin varlıklarının değerinden tüm yükümlülüklerinin çıkarılması ile bulunan değerdir. Emsal değer, bedeli bilinmeyen veya bilinmeyen bir varlığın, piyasada satılması durumunda benzerlerine göre sahip olacağı değerdir. Ekspertiz değeri, bir varlığın değerinin ilgili ekspertizin görüşüne dayalı olarak belirlendiği değeri ifade etmektedir. Bunun yanında, bir şirketin borsaya kote olması halinde söz konusu şirketin hisse senetlerinin sayısı ile hisse senedinin piyasa fiyatının çarpımı ile bulunan değer, piyasa kapitalizasyon değerine karşılık gelir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yukarıda ayrıntılı olarak açıklandığı üzere, değer kavramı farklı disiplinlerde farklı yaklaşımlar çerçevesinde ele alınmıştır. Psikoloji disiplini değeri sadece bir inanç olarak ele almaktadır. Felsefe değer kavramını, değeri yapılacak nesneye ve değeri yapacak özneye bağlı olarak değişen, göreceli nitelik arz eden, başka bir deyişle mutlak olmayan bir kavram olarak ele almaktadır. Sosyoloji ise değer konusunu nesnel bakış açısından incelemiştir. Sosyologlara göre değer belli bir toplumun tercih ettiği eylem ve davranış normları olduğu ifade edilmektedir. Ekonomi disiplininde değer açıklanmasında, emek, fayda ve kıtlık kavramları kullanılmıştır. Modern ekonomi açısından ise değer artık tercihler ve kayıtsızlık eğrileri kapsamında ele alınmaktadır. Finans disiplininde değer kavramı zaman boyutunda bugün yerine geleceğe odaklanılarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Finans disiplininde şirketin değerlemesi gerçekte onun değerinin ya varlıklar bazında ya da geliri bazında değerlemesi olarak ele alınmaktadır.

Değerleme ise bir malın, fikrin veya hizmetin kendinden bekleneni sağlama derecesini araştırmak, bir şeyin kıymetini belirlemek amacıyla söz konusu nesnenin özellikleri hakkında bir görüş bildirmek olarak tanımlanmaktadır (Gage, 1969; Cesur ve diğ., 1999). Günümüzde değerlendirme işi öğrenilmesi ve uzmanlaşılması gereken bir disiplin haline gelmiştir.

Özetlemek gerekirse, farklı dönemlerde değer bireylere göre değişen farklı anlamlar ifade etmiştir. Bu özelliği ile değer göreceli bir kavram olma özelliğini halen korumaktadır. Bu bakımdan, değer tek bir tanımının yapılması mümkün görülmemektedir. Bu nedenle, değer kavramının ele alındığı dönem ve disiplin ile değer kavramının hangi amaç için kullanılacağına dikkat edilmesi gerekir. Ayrıca değerlemenin uzmanlık gerektiren ayrı bir disiplin olduğu gerçeği çerçevesinde; değerlendirme işi, bir defalık gündemde olan bir konu olarak değil, sürekli gündemde tutulması ve etkin bir şekilde yönetilmesi gereken bir kavram olarak ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adaçay, Funda Rana, (2017), Modern İktisadi Düşüncenin Doğuşu: Merkantilizm ve Fizyokrazi. M. Burhan Erdem, Hasan İslatince (Eds.), İktisadi Düşünceler Tarihi, Anadolu Üniversitesi Yayını No. 3554.
- Akarsu, Bedia, (1998), Felsefe Terimleri Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 3. Basım, İnkılap Kitabevi Yayın Sanayi ve Tic. A.Ş., İstanbul.
- Atasağun, Hasan Fehmi, (1992), KİT'lerin Özelleştirilmesinde Değerleme Fiyatlandırma İlişkisinin Analizi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Ankara.
- Barber, William J., (1995), İktisadi Düşünce Tarihi, Şule Yayınları, İstanbul.
- Bolay, Süleyman Hayri, (1996), Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Cesur, Ahmet Mithat ve diğ., (1999), Özelleştirmede Firma Değerleme Yöntemleri ve Türkiye'de Özelleştirme Çalışmaları, Uzman Gözüyle Bankacılık, Yıl 7, 26.
- Cevizci, Ahmet, (1999), Felsefe Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş ve Geliştirilmiş Üçüncü Basım, Paradigma Yayıncılık, İstanbul.
- Dillard, Dudley, (1991), Keynes and Marx. G. A. Caravale (Ed.), Marx and Modern Economic Analysis Volume II, The Future of Capitalism and The History of Thought, Vermont, Edward Elgar Publishing Company, USA.
- Divitçioğlu, Sencer, (1976), Değer ve Bölüşüm: Marxist İktisat ve Cambridge Okulu, İstanbul Üniversitesi Yayınları No. 2168, İktisat Fakültesi 375, İstanbul.
- Ercan, Metin Kamil ve Ban, Ünsal, (2005), Değere Dayalı İşletme Finansı - Finansal Yönetim. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Erdem, M. Burhan, (2017), İktisadi Düşünceler Tarihine Giriş. M. B. Erdem, H. (Eds.), İktisadi Düşünceler Tarihi, Anadolu Üniversitesi Yayını No. 3554.
- Gage, W. L., (1969), Değer Analizi, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, 44, Ankara.
- Gokarn, P. R., (1972), Value Engineering, The Caxton Press (P), Ltd., New Delhi, India-3.
- Güngör, Erol, (1993), Değerler Psikolojisi: Ahlak Psikolojisi, Ahlaki Değerler ve Ahlaki Gelişme, Hollanda Türk Akademisyenler Birliği Vakfı Yayınları, No. 8, Amsterdam, Hollanda.
- Güvenç, Bozkurt, (1976), Değerler, Tutumlar ve Davranışlar. R. Keleş (Ed.), Toplum Bilimlerde Araştırma ve Yöntem, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- Hunt, Dalton, (1967), Value Analysis, British Productivity Council, Vintry House, Queen Street Place, Brown Knight & Truscott Ltd., London.
- İslatince, Hasan, (2017), Klasik Okul. M. Burhan Erdem, Hasan İslatince (Eds.), İktisadi Düşünceler Tarihi, Anadolu Üniversitesi Yayını No. 3554.
- Junankar, P. N., (1982), Marx's Economics, University of Essex, Philip Allan Publishers Limited, Oxford.
- Kay, John, (1997), Value Judgements, The Financial Times, September 19.
- Kuçuradi, İoanna, (1998). İnsan ve Değerleri, Değer Problemi, Türkiye Felsefe Kurumu, Türk Felsefesi Dizisi, 6, Ankara.
- Kumbaracıbaşı, Onur, (1974), Ekonomik Doktrinler ve Ekonomik Düşüncenin Evrimi, İkinci Baskı, Nisan, San Matbaası, Ankara.
- Mülayim, Ziya Gökalp, (1884), Tarımsal Değer Biçme (Genel, Özel, Yasal), Yetkin Yayınları Basım Yayım ve Dağıtım A.Ş., Ankara.
- Özensel, Ertan, (2003), Sosyolojik bir olgu olarak değer, Değerler Eğitimi Dergisi, 1(3), 217-239.
- Robinson, J., (1986), İktisadi Felsefe, Birinci Baskı, Temmuz, V Yayınları, Ankara.
- Seyidoğlu, Halil, (1992), Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük, Güzem Yayınları No. 4., Ankara.
- Üşür, İşaya, (1998), Unutulmuş Bir Problem: Değer ve Bölüşüm, İktisat, İşletme ve Finans, Şubat, 9.
- Yazıcı, Kuddusi, (1997), Özelleştirmede Değerleme Yöntemleri ve Değerleme Kriterleri, Uzmanlık Tezi, Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No. DPT 2478, Ağustos, 9.
- Yazıcı, Mehmet, (2014), Değerler ve Toplumsal Yapıda Sosyal Değerlerin Yeri, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(1), 209-223.
- Yıldırım, Kemal, (2012), Tüketici Davranışları Kuramı ve Tüketici Talebi, Kemal Yıldırım, Meltem Erdoğan (Eds.), Mikro İktisat, Anadolu Üniversitesi Yayını No.: 2632, Açıköğretim Fakültesi Yayını No. 1600.

Two Sided Markets: The Case of The Waterbed Effect in OECD Mobile Telecommunications Markets

İki Taraflı Piyasalar: OECD Mobil Telekomünikasyon Piyasaları'nda Su Yatağı Etkisi Örneği

Mikail KAR *

ÖZ

En doğru analizler yapılarak uygun politikalar ve isabetli stratejiler geliştirme çabaları tek yanlı piyasalardan önemli ölçüde farklılaşan iki yanlı piyasaların incelenmesini ön plana çıkarmaktadır. Bu çalışmada iki yanlı piyasa analizleri içinde özel bir yere sahip olan mobil telekomünikasyon piyasaları ele alınmaktadır. Mobil telekomünikasyon piyasalarında arabağlantı hizmeti karşılığında alınan mobil arabağlantı ücretlerinde yapılacak merkezi bir indirimin “su yatağı etkisi” göstererek son kullanıcının piyasada karşı karşıya olduğu mobil iletişim fiyatlarının yükselmesine neden olabileceği öne sürülmektedir. Bu kapsamda 21 OECD ülkesine ait 2005-2015 yılları arasındaki 41 çeyrek dönemlik veriler kullanılarak Ortak İlişkili Etkiler Ortalama Grup (CCEMG) yöntemi ile ampirik analiz yapılmış ve mobil iletişim fiyatının belirlenmesinde mobil arabağlantı ücretleri, gelir ve miktarın etkisi tahmin edilmiştir. Sonuçlara göre ilgili ülke gurubu için analiz edilen dönemde mobil telekomünikasyon piyasalarında su yatağı etkisi tespit edilememiş ve mobil arabağlantı ücretlerinin bir maliyet unsuru olarak hareket ederek fiyatları aynı yönlü olarak değiştirdiği ortaya konmuştur. Gelir değişkeninin katsayısı pozitif çıkmış ve gelirdeki artışın fiyatı artıracığı beklentisi karşılanmıştır. Miktarı temsil eden abone sayısı ve penetrasyon oranı açıklayıcı değişkenlerinin katsayıları negatif çıkmış ve iktisadi beklentilere ve iki yanlı piyasa özelliklerine uygun davranış gösterdikleri değerlendirilmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

İki Taraflı Piyasalar, Mobil Telekomünikasyon Piyasası, Su Yatağı Etkisi, Arabağlantı Ücretleri, Ortak İlişkili Etkiler Ortalama Grup Tahmincisi

ABSTRACT

Efforts to develop appropriate policies and accurate strategies through the most accurate analyzes highlight the examination of two-sided markets, which differ significantly from one-sided markets. In this study, mobile telecommunications market which has a special place in two-sided market analysis will be studied. In mobile telecommunications market, it is suggested that a reduction in mobile interconnection rates for the interconnection service will show the waterbed effect, resulting in an increase in mobile communication prices that the end user faces in the market. In this context, an empirical analysis was made by Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG) estimator using the 41 quarter period data of 21 OECD countries between 2005 and 2015, and the effect of mobile interconnection rates, income and quantity were estimated in determining the mobile communication prices. According to the results, the waterbed effect in mobile telecommunications markets could not be determined in the period analyzed for the related country group and mobile interconnection rates acted as a cost factor and changed the prices in the same direction. The coefficient of income variable was positive and the expectation that the increase in income would increase the price was met. The explanatory variable coefficients of the number of subscribers and the penetration rate representing the quantity were negative and they were evaluated to behave in accordance with economic expectations and two-sided market characteristics.

KEYWORDS

Two-Sided Markets, Mobile Telecommunications Market, Waterbed Effect, Interconnection Rates, Common Correlated Effects Mean Group Estimator

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 22.02.2019 | 03.06.2019 |
| Atıf | Kar, M. (2019). İki Taraflı Piyasalar: OECD Mobil Telekomünikasyon Piyasaları'nda Su Yatağı Etkisi Örneği. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 383-396. |

INTRODUCTION

Two-sided markets, which simultaneously respond to the demands of more than one group of consumers with different demands simultaneously on time with the needs and innovations brought by time, have become an important part of social life and economy. Efforts to develop appropriate policies and accurate strategies by making the most accurate analyzes highlight the analysis of these markets, which differ significantly from one-sided markets. While analyzing two-sided markets, the pricing strategies and the impact of regulatory policies are the most prominent issues. The interaction between buyers and sellers in online purchases, developers and users in software, callers and those receiving calls in telecommunications, advertisers in the media and the readers and viewers of those advertisements, and buyers and retailers in electronic payments can differentiate market behavior from general assumptions. Both companies and policymakers should take this difference into account in order to achieve their expectations (Rochet and Tirole 2003; Armstrong 2006; Caillaud and Jullien 2003; Evans and Schmalensee 2005).

The Mobile telecommunications market is one of the most important examples of two-sided markets. In this market, which has a demand for both making and receiving calls, mobile operators respond to the demands simultaneously with interconnection service by showing a two-sided market behavior. Unlike the classic two-sided markets, mobile telecommunications market subscribers can be found on both sides of the market, sometimes as a caller and sometimes as the one who is being called. In other words, there is a high level of overlap between the groups in the market (Gao 2018; Valletti 2006). Due to this situation, the effects of pricing strategies and regulations in the mobile telecommunications market are highly important in the analysis of two-sided markets. As an example of this special case, it is discussed in many studies that if the mobile interconnection rates are reduced centrally the mobile communication prices that the end user faces in the market might increase due to the waterbed effect (Schiff 2008; Growitsch, Marcus and Wernick 2010; Lee and Lee 2012). The aim of this study is to analyze the effect of the change in mobile interconnection rates on the market prices in the context of the waterbed effect by considering mobile telecommunications market as an example of a two-sided market. By using the 41 quarter period data of 21 OECD countries between 2005 and 2015, the impact of mobile interconnection rates reductions on the prices faced by end-users is analyzed empirically by the Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG) method, a type of Common Correlated Effects (CCE) approach. After a brief introduction in the first section of the study, the second part focuses on two-sided markets. In the third chapter, the mobile telecommunications market is examined as a example of a two-sided market and the waterbed effect is discussed. In the fourth section of the study, a literature review is included and in the fifth section, empirical analysis is done and the results are revealed. In the last section, the findings of the empirical analysis are evaluated based on the purpose of the study.

1.TWO-SIDED MARKETS

The two-sided markets theory, which began to take place in the economic literature after the study of Rochet and Tirole (2003, 2006) and was analyzed in many studies such as Armstrong (2006), Caillaud and Jullien (2003), Evans and Schmalensee (2005), Eisenmann, Parker and Alstyne (2006, 2011a, 2011b). There are no common approaches to the definition and characteristics of the two-sided markets which response to the demands of more than one group of consumers with different demand structures simultaneously. Rochet and Tirole (2003) define the two-sided markets by focusing on the price structure and the difference in the sensitivity of demand between the total price level and to the pricing structure. They emphasize that the sign of two-sided markets is the fact that market participation and transaction volume in the market will be affected by price structure although the price level does not change¹. On the other hand, Armstrong (2006) focuses on the inter-group externality in the two-sided market's definition and argues that two-sided markets will be the case if one of the parties joins the market and the trading volume that is generated in the market by this party changes the value attributed to the other side of the market. Wright (2004) focuses on the cross-group externalities between them, emphasizing the fact that groups with different demand structures are influenced by each other's decisions. Furthermore, Evans (2003) argues that the platforms² serve similar to matchmakers and bring two sides together. When all the definitions are compiled together, it is possible to mention the three basic properties of two-sided markets (OECD 2009);

¹ While the total price level collected by the platform refers to the weighted sum of the prices that the two parties face in the market, the pricing structure reveals how this total price level is shared between the two parties.

² In supplying goods and / or services by combining two sides in two-sided markets, the supplier is generally expressed by the concept of "platform" rather than the "firm".

- There should be two consumer groups with different demand structures and the platform should provide them with goods / services simultaneously.
- There should be indirect externalities between these groups.
- The applied price structure should not be neutral in influencing demand.

Newspapers, one of the most classic examples of two-sided markets, may be considered for a better understanding of the definitions. Readers and advertisers in newspapers form two sides of the market. According to the definition of Rochet and Tirole (2003), when pricing structure is changed by lowering the price of the readers and raising the prices paid by the advertisers, the number of readers will increase due to the decrease in prices while the total price level paid by readers and advertisers remains unchanged. Consequently, advertisers will capture more opportunities to reach consumers despite rising costs. Therefore, the volume of participation and trading in the market will increase for both sides. According to Armstrong's (2006) definition, an increase in the number of readers of the newspaper will increase the value that advertisers attribute to that newspaper. In other words, the amount that the advertisers would be willing to pay is a function of the newspaper's number of subscribers. The more readers the newspaper reaches, the more valuable it will be for the advertisers.

In two-sided markets, pricing strategies and regulations are the two most important issues. The platforms price the parties to which they provide value-added goods/services through the membership fees and/or usage fees they receive. While pricing the groups, the platform, takes into account the elasticity of the two sides, the direction and size of the indirect group externalities, and the level of competition in the market, and accordingly can go to equal pricing or sometimes can price one side far below the cost and the other side much higher than the cost. Sometimes it can even make negative pricing with bonuses and rewards depending on the transaction volume. In particular, the party making more externalities is charged lower, while the other party who earns from this externality is charged higher (Evans and Schmalensee 2005; Eisenmann, Parker and Alstyne 2006; Hagiu 2009; Weyl 2010; Brito, Pereira and Varela 2013). The complex structure of the two-sided markets also shows itself in state regulations. Clearly determining the effect of price changes on the welfare of these markets is not as easy as in one-sided markets. In addition, it is very difficult to calculate the costs of intervention in these markets as well as to determine the social optimum and how to achieve this point (Brito, Pereira and Varela 2013; Evans 2003; Rysman 2009; Valverde, Chakravorti and Fernandez 2009). While responding to the need for regulation in these special markets where the impact response results cannot be fully realized, it is necessary to redefine the concepts that are important for the market structure such as market, failure, excessive and destructive pricing and entry barriers (Doganoglu and Wright 2006; Armstrong and Wright 2007; Evans 2003; Wright 2004).

2.MOBILE TELECOMMUNICATIONS MARKET AND THE WATERBED EFFECT

The Mobile telecommunications market is one of the most special examples of the two-sided markets with the interconnection service that operators provide to subscribers who request to make and receive calls. Considering the two-sided markets analyzes discussed in the literature, it can be said that classical examples such as media, card payment, and video games platforms have been used extensively. In these markets, the parties are separate from each other and do not overlap too much. However, there is a high level of overlap between the two parties in the mobile telecommunications market. In other words, all subscribers can be both callers and those receiving calls. This brings the mobile telecommunications market, which is a very special market types to a more specific position in two-sided markets. The mobile telecommunications market shows three basic features of two-sided markets. The two groups, who are demanding incoming and outgoing calls, are brought together and served simultaneously through the networks of the operators which are examples of platforms. The number of subscribers in an operator base clearly increases the value of the platform for other subscribers. Finally, if we consider the fact that the person receiving the call is charged lower or higher compared to the person who is making the call, then this will clearly affect the participation in the market, in other words, the penetration rate as well as the average number and duration of calls.

For the realization of mobile communication, an interconnection service must be provided between the operators and the price requested for this service is called mobile interconnection rates (Channer 2010). In terms of interconnection, the mobile interconnection rates can be determined far from competitive prices, since each operator is monopolized in its own network. Regulatory authorities centrally determine mobile interconnection rates or set various limits to these rates. However, many studies in the literature suggest that the reduction of the mobile interconnection rates will result in an increase of the prices that the subscribers face in the market on the contrary of the expectations due to the waterbed effect. The waterbed effect describes the interdependence between prices in the two-sided markets. This effect can be explained as the centralized

intervention of the price of a product of a company that sells more than one product affects other unregulated product prices (Harbord and Pagnozzi 2010; Armstrong and Wright 2009; Schiff 2008). Although operators agree that the mobile interconnection rates are above the costs, they argue that the income from the mobile interconnection rates as a characteristic of the typical two-sided markets generates subsidies for the acquisition and protection of mobile subscribers. The subscribers' earnings as a result of lower mobile interconnection rates will be lost by higher subscription and talking fees due to the waterbed effect. The degree of this interaction may vary depending on many factors, such as the intensity of competition, market dynamics, development level of the market, and the price elasticity of demand (Dobson and Inderst 2007; Genakos and Valletti 2011; Bodammer 2009).

3.LITERATURE REVIEW

Although the analysis of the markets defined as two-sided markets is quite old, the two-sided markets' literature has started to develop with the pioneering works of Rochet and Tirole (2003), Armstrong (2006), Caillaud and Jullien (2003). The theoretical infrastructure was then developed by Evans and Schmalensee (2005), Eisenmann, Parker and Alstyne (2006, 2011a). In addition to the theoretical developments, the empirical literature on two-sided markets, the market power of the platforms (Argentesi and Filistrucchi 2007; Song 2011), the effects of the platform mergings (Chandra and Collard-Wexler 2009; Filistrucchi, Klein and Michielsen 2012; Jeziorski 2012), the pricing structure (Kaiser and Wright 2006) and the forecasts of the platform demands (Lee 2011) were discussed in various studies. The effects of regulatory regimes in the two-sided markets (Evans, 2003; Wright, 2004; Rysman 2009; Valverde, Chakravorti and Fernandez 2009) were analyzed and the waterbed effect in mobile telecommunications market was also investigated and analyzed empirically with several studies such as Schiff (2008), Cunningham, Alexander and Candeub (2010), Lee and Lee (2012), Genakos and Valletti (2011, 2015).

Rochet and Tirole (2003) provide a model for analyzing competition in the credit card market as a two-sided markets example, consisting of consumers on one side and retailers on the other side. They investigate different pricing structures and end-user surpluses for platforms that seek to maximize profits and non-profit structures and compare their output with monopolist and Ramsey pricing results. Caillaud and Jullien (2003) take matching websites, such as friendship and real estate, as two-sided markets examples and analyze price competition with the help of linear demand and Bertrand pricing model. Armstrong (2006) focuses on the impact of network externality, and for two-sided markets defines three different situations; monopoly platform, a situation where each group can choose a single platform and thirdly a situation that a group can participate in all platforms, then presents theoretical models for these situations. According to Armstrong, the main determinants of the equilibrium prices are the relative dimensions of cross-network externalities, how the prices are paid and the restrictions on participation to the platform.

In his study, Schiff (2008) discusses the waterbed effect, which he argues arises from the motives for profit maximization in price regulations. This effect occurs when the marginal income and the marginal cost depend on the amount on the other side. Cunningham et al. (2010) use the impact of mobile interconnection rates on the consumer base on the other hand Lee and Lee (2012) use the relationship between asymmetric mobile interconnection rates and mobile retail prices to do empirical analysis and reveal the waterbed effect. Two important studies of the the waterbed effect literature were conducted by Genakos and Valletti (2011, 2015). Genakos and Valletti (2011) found that a reduction in mobile interconnection rates increases the market price. However, in their later studies (2015), for more countries and for a longer period they determined that the waterbed effect disappears over time.

4.EMPIRICAL ANALYSIS

In this empirical study, the mobile telecommunications market is considered as the two-sided markets example and the relationship between the end user's price in the market and the mobile interconnection rates determined by the central authority, in general, is analyzed in the waterbed effect context. The market analysis is deepened by adding income and quantity which are effective factors in determining the market price. Taking into consideration the OECD countries studied, the period of analysis and the method used, this study distinguishes itself from all other studies that address the mobile telecommunications markets and observe the impact of the waterbed effect and therefore make a significant contribution to the empirical literature on market analysis.

4.1.Data and Model

In this study, empirical analysis is carried out by Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG) method, which is a type of Common Correlated Effects (CCE) approach, using 41 quarterly balanced panel data from the first quarter of 2005 to the first quarter of 2015 of 21 OECD3 countries. In the study, the function (1) that is put forward by Shew (1994) and developed by McCloughan and Lyons (2006) is followed;

$$P = f(S, M, R, Q) \quad (1)$$

Here P represents the price that the end user faces in the mobile telecommunications market; S represents the quality of service; M, the characteristics of the relevant market; R regulatory intervention and Q is the quantity.

The function (1) is re-arranged considering Lyons (2006), McCloughan and Lyons (2006), Genakos and Valletti (2011) studies. Representing the price, average revenue per minute, representing the price and cost of other goods, mobile interconnection rates, representing the revenue, per capita gross domestic product, representing the amount and development level of the market, the number of subscribers and penetration rate will be used. The models that will be estimated to analyze how the price in the mobile telecommunications market is determined in the waterbed effect context are as follows;

$$\text{Model I} : RPM_{it} = MTR_{it} + GDP_{it} + NS_{it}$$

$$\text{Model II} : RPM_{it} = MTR_{it} + GDP_{it} + PEN_{it} \quad (2)$$

In these models, RPM, which represents the average incomes of the operators per minute, is obtained by dividing total revenue by total traffic. MTR, which expresses mobile interconnection rates, is obtained by the average of the fees collected by the operators from each other per minute for off-net mobile calls. GDP, which represents income per capita, is derived by dividing the total gross domestic product by the population in the relevant period. The NS, which represents the total number of subscribers, is obtained by the sum of the subscribers registered to the operators in that country in the relevant period. PEN, which expresses the mobile penetration rate in the country, is obtained by dividing the total number of mobile lines by the total population. Two different models are estimated by incorporating NS and PEN into the model separately as two variables that represent the quantity and development of the market and act together significantly. GDP and NS variables are formed by taking the logarithm of related values. The monetary values RPM, MTR and GDP are calculated as US Dollars by taking into consideration the foreign exchange rates in each country in the relevant period. Data are compiled from the regulatory authorities of the countries, mobile operators, ITU, CTIA, GSMA, OFCOM, and OECD.

Table 1. Variable Definitions and Summary Statistics

| <i>Variables</i> | <i>Definitions</i> | <i>Mean</i> | <i>Std. Dev.</i> | <i>Min.</i> | <i>Max.</i> |
|------------------|-----------------------------------|-------------|------------------|-------------|-------------|
| <i>RPM</i> | Revenue per minute | 0.171 | 0.084 | 0.026 | 0.570 |
| <i>MTR</i> | Mobile interconnection rates | 0.079 | 0.055 | 0.009 | 0.312 |
| <i>GDP</i> | Per capita gross domestic product | 4.524 | 0.268 | 3.811 | 5.029 |
| <i>NS</i> | Total number of subscribers | 4.324 | 0.441 | 3.533 | 5.061 |
| <i>PEN</i> | Mobile penetration rate | 1.178 | 0.259 | 0.393 | 1.860 |

³ In this study Australia, Austria, Belgium, Chile, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Israel, Italy, Korea, Mexico, New Zealand, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey and the UK mobile telecommunications markets were analyzed. OECD countries, whose data cannot be obtained in accurately and who are using the receiving party pays system in the mobile telecommunications market, are not included in the study to obtain more reliable and consistent results.

In this empirical analysis, based on basic economic acceptances, two-sided markets characteristics and mobile telecommunications market specific characteristics, expectations are as follows;

i. The relationship between the mobile communication price and the mobile interconnection rates can be obtained in the same or opposite direction. If the corresponding coefficient is negative (-) then it is interpreted that the waterbed effect in the mobile communication service is observed. If it is positive (+), then the mobile interconnection rates will be considered as a cost element in the mobile communication service.

ii. The relationship between prices and income is expected to be in the same direction, which means the coefficient is expected to be positive (+). The increase in income will increase the willingness to pay, which will be reflected in the prices of the supplier. In other words, as income increases, prices are expected to rise.

iii. The relationship between the prices and the number of mobile subscribers is expected to be the opposite, that means a negative (-) coefficient. The increase in the number of subscribers in the mobile telecommunications market, where fixed costs are quite high and varying costs are low, will reduce the average cost per subscriber, which will lead to lower prices. Moreover, an inverse relationship between quantity and prices in the two-sided markets is mainly expected from cross-externality and cross-subsidies.

iv. The relationship between the prices and the penetration rate is expected to be the opposite, in other words, a negative (-) coefficient is expected. First of all, the increase in the penetration rate means that the number of subscribers in the market increases and that the share of it in the population increases getting close to saturation. In this case, price competition increases and allows prices to fall. In addition, since the cross-externality and cross-subsidy effect will be observed through the penetration rate too, the corresponding coefficient is expected to be negative (-).

4.2. Econometric Methodology

For the purposes stated above, the models numbered (2) are estimated by the Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG) estimator. However, before the estimation of the parameters, the existence of the correlation between the cross section units, the homogeneity of the slope parameters, unit roots, and the cointegration relationship should be analyzed. In the panel data analysis, the existence of correlation between the cross section units forming the panel and whether the slope coefficients are homogeneous according to the units, affect the unit root tests, cointegration tests and cointegration estimation methods to be used in the analysis. For reliable and consistent results, empirical analysis is performed by taking these interactions into account and a methodological summary of these steps is given below.

4.3. Cross-Sectional Dependence and Homogeneity Tests

For panel data analysis, cross-sectional dependency should be tested both on a variable basis and on a model basis for the selection of unit root tests to be used in the analysis before cointegration tests and parameter estimations are made. In this study, cross-sectional dependency will be analyzed by LM test (Breusch and Pagan 1980), scaled LM test (Pesaran 2004), CD test (Pesaran 2004) and bias-adjusted LM test (Pesaran, Ullah and Yamagata 2008). The LM test (Breusch and Pagan 1980) is valid when the cross-sectional dimension (N) is relatively small and the time dimension is large enough ($T > N$). The scaled LM test (Pesaran 2004) has been demonstrated as a scaled version of the LM test for situations where both the cross-sectional size (N) and the time dimension (T) are large. CD test (Pesaran 2004) is an adaptation of Breusch and Pagan (1980) LM test for situations where the size of the cross-section (N) is large and time dimension (T) is small. The Bias-adjusted LM test is developed as an alternative test to overcome the shortcomings of Breusch and Pagan (1980) LM test by Pesaran, Ullah, and Yamagata (2008).

The following hypotheses numbered (3) can be written for all these four tests;

$$H_0 : \rho_{ij} = \text{corr}(u_{it}, u_{jt}) = 0 \quad (i \neq j) \quad H_1 : \rho_{ij} = \text{corr}(u_{it}, u_{jt}) \neq 0 \quad (i \neq j) \quad (3)$$

In these hypotheses ρ_{ij} i. and j. represent the correlation coefficient between the residues of the cross-section unit. At this point, while the basic hypothesis shows the absence of correlation between the cross-sectional units, the alternative hypothesis states the cross-sectional dependence.

Another important factor influencing the selection of cointegration tests and estimation methods is whether the slope coefficients in the cointegration equation are homogenous to units. This question should be answered through the homogeneity test. In this study, the homogeneity tests which are the standardized version of the Swamy test and recommended by Pesaran and Yamagata (2008) will be used. Pesaran and Yamagata (2008) test the homogeneity of slope parameters with two different test versions. The first version ($\hat{\Delta}$), proposed for large samples takes advantage of the Swamy test statistic and the second version ($\hat{\Delta}_{adj}$) proposed for small

samples is based on a modified format of Swamy statistic, where regression standard errors for individual cross section units are calculated by pooled constant effects estimator rather than the OLS estimator. In this context, the basic hypothesis expresses the homogeneity of the slope parameters and the alternative hypothesis is structured on the fact that these parameters are heterogeneous. These test hypotheses can be expressed as follows:

$$H_0 : \beta_i = \beta \text{ for all "i"s} \quad H_1 : \beta_i \neq \beta_j \quad (4)$$

4.4. Panel Unit Root Test

In order to determine whether there is a long-term relationship between the series, the stationary of the series should be investigated first. Since the first generation unit root tests do not take into account the cross-sectional dependence, second-generation unit root tests that take into account the cross-sectional dependence are preferred. In this study, the CADF panel unit root test developed by Pesaran (2007) will be used. This test is a simple alternative to the standard ADF test, which is augmented by the cross-sectional averages and first differences of the delayed levels of the individual series. The most important feature of this test is that it considers the cross-sectional dependence and gives reliable results when it is $N > T$ or $T > N$.

The CADF panel unit root test is based on the following model;

$$Y_{it} = (1 - \phi_i)\mu_i + \phi_i Y_{i,t-1} + u_{it} \quad (5)$$

In the equation (5), as $i=1, \dots, N$; $t=1, \dots, T$; Y_{it} is the i . cross-section unit observation in period t and u_{it} is the error term. u_{it} with a single factor structure, can be expressed as equation (6);

$$u_{it} = \gamma_i f_t + e_{it} \quad (6)$$

In the equation (6), f_t , is the unobserved common effect and e_{it} is the individual specific error. The equation (5), can be rewritten as follows:

$$\Delta Y_{it} = \alpha_i + \beta_i Y_{i,t-1} + \gamma_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

In the equation (7), $\alpha_i = (1 - \phi_i)\mu_i$, $\beta_i = -(1 - \phi_i)$ and $\Delta Y_{it} = Y_{it} - Y_{i,t-1}$. The hypotheses to be used to test the stationary of the series can be expressed as follows:

$$H_0 : \beta_i = 0 \quad H_1 : \beta_i < 0, \quad i = 1, 2, \dots, N_1, \\ \beta_i = 0, \quad i = N_1 + 1, N_2 + 2, \dots, N \quad (8)$$

4.5. Cointegration Tests

Before the estimation of the model coefficients, finally, a cointegration test is used to determine whether there is a stationary relationship between the series, in other words, it is tested whether there is a long-term relationship or not. Second-generation cointegration tests should be preferred considering the existence of a correlation between the cross-sectional units as the first-generation cointegration tests are regarded as not providing reliable results in the case of cross-sectional dependency. In this study, the Durbin Hausman (DH) cointegration test developed by Westerlund (2008) will be used, which takes into account the cross-sectional dependence and also allows heterogeneity of the slope coefficients. In order to be able to perform the DH cointegration test, the dependent variable must be non-stationary, i.e. it should be $I(1)$, while the independent variables can be $I(0)$ or $I(1)$.

The DH test has two dimensions, the first one is panel size and the other one is group size. The assumption of the DH panel (DHp) test is that the autoregressive parameter is common to each section. With this assumption, when the null hypothesis is rejected, cointegration is accepted to exist for all sections. The DH group (DHg) test allows the autoregressive parameter to change between sections under an alternative

hypothesis. Therefore, the rejection of the null hypothesis indicates that there is cointegration for some sections (Westerlund 2008). DH_p and DH_g test statistics and hypotheses are as follows;

$$\begin{aligned}
 DH_p &= \hat{S}_N (\tilde{\phi} - \hat{\phi})^2 \sum_{i=1}^N \sum_{t=2}^T \hat{e}_{i,t-1}^2 & DH_g &= \sum_{i=1}^N \hat{S}_i (\tilde{\phi}_i - \hat{\phi}_i)^2 \sum_{t=2}^T \hat{e}_{i,t-1}^2 \\
 H_0 : \phi_i &= 1 \text{ (for all "i"s)} & H_0 : \phi_i &= 1 \text{ (for all "i"s)} \\
 H_1 : \phi_i &= \phi \text{ ve } \phi < 1 \text{ (for all "i"s)} & H_1 : \phi_i &< 1 \text{ (at least for some "i"s)}
 \end{aligned} \tag{9}$$

4.5. Estimation of Panel Cointegration Coefficients

After determining the cointegration in the panel data set used for empirical analysis, the long-term cointegration coefficients are estimated by selecting the appropriate method for the findings previously obtained. In this study, Common Correlated Effects (CCE) method which considers cross-sectional dependence and homogeneity and developed by Pesaran (2006) will be used in the prediction of the model. The CCE method, which provides much more effective estimators compared to the methods that do not consider the cross-sectional dependence, gives consistent results when the series are stationary, difference stationary and co-integrated. Pesaran (2006) revealed two types of estimators to be used in cases where the slope coefficients for the CCE method are homogeneous and heterogeneous. The first is the Common Correlated Effects Pooled (CCEP) estimator, which assumes homogeneity of slope coefficients, and the other is the Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG) estimator, which assumes that the slope coefficients are heterogeneous. Here the CCEMG estimator will be used to take into account the heterogeneity of the slope parameters.

The CCE method is based on the heterogeneous panel data model numbered (10);

$$y_{it} = \alpha_i d_t + \beta_i x_{it} + u_{it} \quad (u_{it} = \gamma_i f_t + e_{it}) \tag{10}$$

In these equations, d_t and f_t show common effects that can be observed and cannot be observed.

In the CCEMG estimator, the long-term parameters are obtained by calculating the arithmetic mean (11) of the coefficients of each cross-section.

$$\hat{b}_{CCEMG} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \hat{b}_i \tag{11}$$

\hat{b}_i denotes the calculated CCE estimate for each section unit and is calculated as in equation (12)

$$\hat{b}_i = (X_i' \bar{M}_w X_i)^{-1} X_i' \bar{M}_w Y_i \quad (Y_i = Y_{i1}, Y_{i2}, \dots, Y_{iT},) \tag{12}$$

Therefore, in this method, the cointegration coefficients of each section are estimated and then the cointegration coefficient of the panel is calculated by taking the arithmetic mean of the coefficients of the sections.

5. EMPIRICAL ANALYSIS RESULTS

The results obtained from the empirical analysis of the 21 OECD countries for 41 quarter period balanced panel data between the years 2005 and 2015 are shared and interpreted below in the order discussed in the econometric methodology.

In the panel data analysis, the correlation between the cross-section units forming the panel is important for the methods to be used later in the empirical analysis. For this reason, firstly, the cross-sectional dependence of the variables and models used in the model has been tested and the results are shared in Table 2. According to four shared test results, the hypothesis H₀, which states that there is no cross-sectional dependence for all variables and models, is rejected at the significance level of 0.01. That means, there is a correlation between the cross section units. This result is in line with the expectation that the mobile telecommunications markets,

which are rapidly globalizing and which are the most influential factors on globalization and the most influenced factors by globalization, will create a dependency between countries.

Table 2. Cross-Sectional Dependency Test Results

| <i>Tests</i> | <i>RPM</i> | <i>MTR</i> | <i>GDP</i> | <i>NS</i> | <i>PEN</i> | <i>Model I</i> | <i>Model II</i> |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <i>Breusch-Pagan LM</i> | 343.383 (0.000) | 822.779 (0.000) | 1667.711 (0.000) | 302.171 (0.000) | 340.043 (0.000) | 778.474 (0.000) | 817.001 (0.000) |
| <i>Pesaran (2004) CD LM</i> | 6.069 (0.000) | 29.901 (0.000) | 71.129 (0.000) | 4.498 (0.000) | 6.345 (0.000) | 27.739 (0.000) | 29.619 (0.000) |
| <i>Pesaran (2004) CD</i> | -1.767 (0.039) | -3.087 (0.001) | 3.124 (0.001) | -2.843 (0.002) | -3.058 (0.001) | 6.868 (0.000) | 7.194 (0.000) |
| <i>Bias-adjusted LM</i> | 29.175 (0.000) | 21.646 (0.000) | 41.048 (0.000) | 67.905 (0.000) | 21.012 (0.000) | 47.543 (0.000) | 35.414 (0.000) |

Note: the values in () are probability (p) values.

After testing the dependency between the cross-sections, it was tested whether the slope coefficients in the cointegration equation are homogenous to the units as an element affecting the cointegration tests and the selection of estimation methods. This test was carried out following the study of Pesaran and Yamagata (2008) and the results were shared in Table 3. When considering the results of two versions calculated for both models, it is seen that H0 hypothesis expressing homogeneity of slope parameters was rejected at 0.01 significance level. In other words, the slope parameters differ according to the countries. This result is fully consistent with the expectations given the specific characteristics of the countries and the fact that the mobile telecommunications markets have different levels of structure and development.

Table 3. Homogeneity Test Results

| <i>Models</i> | <i>Tests</i> | <i>Test Statistic</i> |
|-----------------|------------------------|-----------------------|
| <i>Model I</i> | $\tilde{\Delta}$ | 28.889 (0.000) |
| | $\tilde{\Delta}_{adj}$ | 30.411 (0.000) |
| <i>Model II</i> | $\tilde{\Delta}$ | 32.438 (0.000) |
| | $\tilde{\Delta}_{adj}$ | 34.146 (0.000) |

Note: the values in () are probability (p) values.

The unit root test will be performed before examining the existence of a long-term relationship between the series to be used in the analysis and thus it will be investigated how stationary the series are. As the cross-sectional dependence was detected in the previous tests, the second-generation unit root test CADF panel unit root test, which takes into account the cross-sectional dependence, was used and the results were shared in Table 4. According to the results of the test, it is seen that the dependent variable and the explanatory variables other than MTR contain unit root at the level. It is seen from the results in Table 4 that all the variables with the first differences were become stationary at 0.01 significance level.

Table 4. CADF Panel Unit Root Test Results

| | <i>Variables</i> | <i>Test Statistic</i> | <i>lag</i> | <i>Critical Value (%1)</i> | <i>p- value</i> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|------------|----------------------------|-----------------|
| <i>Level</i> | <i>RPM</i> | -2.020 | 2 | -2.300 | 0.112 |
| | <i>MTR</i> | -2.348 | 2 | -2.300 | 0.002 |
| | <i>GDP</i> | -1.342 | 2 | -2.300 | 0.981 |
| | <i>NS</i> | -1.724 | 2 | -2.300 | 0.590 |
| | <i>PEN</i> | -1.464 | 2 | -2.300 | 0.932 |
| <i>First Difference</i> | <i>RPM</i> | -2.702 | 2 | -2.300 | 0.000 |
| | <i>MTR</i> | -3.141 | 2 | -2.300 | 0.000 |
| | <i>GDP</i> | -3.051 | 2 | -2.300 | 0.000 |
| | <i>NS</i> | -2.766 | 2 | -2.300 | 0.000 |
| | <i>PEN</i> | -2.910 | 2 | -2.300 | 0.000 |

Before the estimation of the coefficients, a cointegration test is performed and the existence of a stationary relationship between the series, in other words, the existence of a long-term relationship is tested for both models. In this cointegration analysis, second generation DH cointegration test is preferred considering the existence of correlation between the cross section units based on the findings obtained previously. As for the variables used herein, the dependent variable must be non-stationary, which means I(1), while the independent variables can be I(0) or I(1), in order for the DH cointegration test to be performed. The DH_g and DH_p cointegration test results obtained in both models are shown in Table 5. When the obtained p-values are examined, it is seen that the hypothesis of H₀ is rejected for both group and panel statistics at the significance levels of both 0.05 and 0.10 and it is concluded that there is a long-term relationship between the variables.

Table 5. Cointegration Test Results

| <i>Models</i> | <i>Durbin-Hausman</i> | <i>t-statistic</i> | <i>p-value</i> |
|-----------------|---------------------------------|--------------------|----------------|
| <i>Model I</i> | <i>DH_g Statistic</i> | -1.700 | 0.045 |
| | <i>DH_p Statistic</i> | -1.749 | 0.040 |
| <i>Model II</i> | <i>DH_g Statistic</i> | -1.409 | 0.079 |
| | <i>DH_p Statistic</i> | -1.630 | 0.051 |

According to the above test result, after the cointegration is demonstrated, the long-term cointegration coefficients can be estimated by selecting the appropriate method for the previously obtained findings. In this study, CCEMG method, which is developed by Pesaran (2006) and which takes into account the cross-sectional dependence and which is preferred in case of heterogeneity of the slope parameters, is used in the estimation of the model. Table 6 shows the estimation results of cointegration coefficients and p-values in parentheses. All explanatory variables were statistically significant at 0.01 and 0.05 significance level in both models.

The coefficient of GDP used to represent the income was positive in accordance with the expectations. That means income and prices move in the same direction. For example, an increase of 1% in GDP will increase RPM by 0.38 units according to Model I and 0.35 units by Model II. The coefficients of the number of subscribers used in the first model and the penetration rate explanatory variables used in the second model were negative according to the expectations. Therefore the price and the amount move in opposite directions

as expected. According to the first model, a 1% increase in NS will reduce the RPM by 0.20 units. According to the second model, a change of one unit in the PEN will affect the RPM by 0.10 units in the opposite direction.

Table 6. Estimation Results Of CCEMG Estimator

| <i>Models</i> | | <i>MTR</i> | <i>GDP</i> | <i>NS</i> | <i>PEN</i> | <i>cons</i> |
|-----------------|------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <i>Model I</i> | <i>RPM</i> | 0.320 (0.019) | 0.380 (0.000) | -0.202 (0.050) | - | 0.030 (0.952) |
| <i>Model II</i> | <i>RPM</i> | 0.257 (0.018) | 0.355 (0.000) | - | -0.101 (0.002) | -0.182 (0.194) |

Note: the values in () are probability (p) values.

As it is known, the main purpose of the study is to analyze the formation of price in terms of waterbed effect in mobile telecommunications market which is considered as a two-sided markets sample. For this purpose, MTR was selected and used as the explanatory variable. In Table 6, when the predicted results of the two models are examined, MTR is obtained statistically significant at 0.05 significance level with a positive coefficient. A change of 1 (one) unit in the MTR will change the RPM in the same direction, 0.32 units according to the first model and 0.25 units according to the second model. According to the waterbed effect theorem, it is expected that the MTR and RPM will move in the opposite direction, therefore the coefficient of the MTR would be negative (-). However, the relevant coefficients here are obtained positively. As previously stated, obtaining a positive (+) coefficient is not exactly opposite to the predictions. This situation shows that the MTR is considered as a cost factor in determining the price that the end-user faces. As a result, considering the period analyzed for the related country group, the waterbed effect in the mobile telecommunications market could not be determined and MTR acted as a cost factor and changed the prices in the same direction.

CONCLUSION

In order to develop appropriate policies and accurate strategies, it is important to examine the two-sided markets, which differ significantly from one-sided markets. Pricing strategies and regulations in these markets are the two most important issues. In these markets, both the platforms and policymakers need to take steps that take into account the differences in order to achieve results that are appropriate to their expectations. Platform groups should go to pricing by taking into account the elasticity of the two sides, the direction and size of the indirect group externalities, and the level of competition in the market. In these markets, determining the clear effect of pricing strategies on welfare is not as easy as in one-sided markets. It is very difficult to determine the costs of a regulation and to determine its social optimum as well as determining how to achieve this point.

Mobile telecommunications market, which is one of the most important examples of two-sided markets, responds to the requests of incoming and outgoing calls of its subscribers. Unlike conventional two-sided markets, there is a high level of overlap between groups, since subscribers in the mobile telecommunications market sometimes want to make calls and sometimes want to receive calls. Due to this situation, the pricing strategies and regulations in the mobile telecommunications market have a special place in the two-sided markets analysis. A central reduction on the mobile interconnection rates that operators receive for interconnection service can demonstrate the waterbed effect, causing an increase in mobile communication prices that the end user faces in the market. In this study, by considering mobile telecommunications market as an example of two-sided market, the effect of the change in the mobile interconnection rates, on the market price has been analyzed in the context of the waterbed effect. CCEMG method was preferred in this estimation and 41 quarter period data of 21 OECD countries between the years 2005 and 2015 is used.

In the empirical analysis, the cross-sectional dependence of the variables and models forming the panel was tested and a correlation was found between the countries which indicates there is a dependence between the countries. In addition, by homogeneity test, it is concluded that slope parameters are differentiated according to countries. The long-term relationship between the series to be used in the analysis is demonstrated by the cointegration test. Based on these findings, the appropriate method is chosen and the long-term cointegration coefficients are estimated. The coefficients are consistent with expectations and statistically significant.

According to the results, the waterbed effect could not be detected in the mobile telecommunications market in the period analyzed for the related country group and mobile interconnection rates acted as a cost factor and changed the prices in the same direction. The coefficient of income variable is positive and the expectation that the increase in income would increase the price is met. The coefficients of explanatory variables representing quantity, which are the number of subscribers and the penetration rate, are found to be negative as expected and they are observed to act in accordance with economic expectations and two-sided market characteristics. This study can be developed by approaches considering structural breaks in the examination of these markets which are subject to government regulation to a wide extent.

REFERENCES

- Argentesi, Elena and Filistrucchi, Lapo, (2007) "Estimating Market Power in a Two-Sided Market: The Case Of Newspapers", *Journal of Applied Econometrics* 22(7): 1247-1266.
- Armstrong, Mark, (2006) "Platform Competition in Two-Sided Markets", *RAND Journal of Economics* 37(3): 668-691.
- Armstrong, Mark and Wright, Julian (2009) "Mobile Call Termination", *Economic Journal*, 119(538): 270– 307.
- Armstrong, Mark and Wright, Julian, (2007) "Two-Sided Markets, Competitive Bottlenecks and Exclusive Contracts", *Economic Theory* 32(2): 353-380.
- Bodammer, Imme, (2009) "The Waterbed Effect Explained in Relation to Roaming: An Economics Perspective" , <https://pdfs.semanticscholar.org/presentation/b4b0/c54778e65ec0e866fd2fd9611242688c8ad5.pdf> (20 May 2018).
- Breusch, Trevor Stanley and Pagan, Adrian, (1980) "The Lagrange Multiplier Test And its Applications To Model Specification in Econometrics" , *The Review of Economic Studies* 47(1): 239-253.
- Brito, Duarte, Pereira, Pedro and Vareda, João, (2013) "Network Neutrality Under ISP Duopoly: On The Ability To Assign Capacity", Working Papers, University of Evora, CEFAGE-UE .
- Caillaud, Bernard and Bruno, Jullien, (2003) "Chicken & Egg: Competition Among Intermediation Service Providers", *RAND Journal of Economics* 34(2): 309-328.
- Chandra, Ambarish and Allan, Collard-Wexler, (2009) "Mergers in Two-Sided Markets: An Application to the Canadian Newspaper Industry", *Journal of Economics and Management Strategy* 18(4): 1045-1070.
- Channer, Evona, (2010) "Staff opinion on the competitive dynamics of call termination provision. Staff Report" , Fair Trading Commission. <https://jftc.gov.jm/wp-content/uploads/2017/10/Competitive-Dynamics-of-Call-Termination-Provision.pdf> (10 May 2018).
- Cunningham, Brendan, Peter, Alexander and Adam, Candeub, (2010) "Network Growth: Theory And Evidence From The Mobile Telephone Industry" , *Information Economics and Policy* 22(1): 91-102.
- Dobson, Paul and Inderst, Roman (2007) "Differential Buyer Power And The Waterbed Effect: Do Strong Buyers Benefit Or Harm Consumers?", *European Competition Law Review*. 28.
- Doganoglu, Toker and Julian, Wright, (2006) "Multihoming And Compatibility", *International Journal of Industrial Organization* 24(1): 45-67.
- Eisenmann, Thomas, Parker, Geoffrey and Marshall, Van Alstyne, (2006) "Strategies For Two-Sided Markets", *Harvard Business Review* 84(10): 92-98.
- Eisenmann, Thomas, Parker, Geoffrey and Marshall, Van Alstyne, (2011a) "Opening Platforms: How, When And Why?" , *Platforms, Markets and Innovation* 6: 131-139.
- Eisenmann, Thomas, Parker, Geoffrey and Marshall, Van Alstyne, (2011b) "Platform Envelopment". *Strategic Management Journal*, 32(12): 1270-1285.
- Evans, David, (2003) "Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets", *Yale Journal on Regulation* 20: 325-431.
- Evans, David and Richard, Schmalensee, (2005) "The Industrial Organization Of Markets With Two-Sided Platforms", Working Paper Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=786627> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.786627>.
- Filistrucchi, Lapo, Klein, Tobias and Thomas, Michielsen, (2012) "Assessing Unilateral Merger Effects in a Two-Sided Market: An Application to the Dutch Daily Newspaper Market", *Journal of Competition Law and Economics* 8(2): 297-329.
- Gao, Ming, (2018) "Platform Pricing In Mixed Two-Sided Markets" , *International Economic Review* 59: 1103-1129.
- Genakos, Christos and Tommaso, Valletti, (2015) "Evaluating A Decade Of Mobile Termination Rate Regulation" , *Economic Journal*, 125(586).
- Genakos, Christos and Tommaso, Valletti, (2011) "Testing The 'Waterbed' Effect in Mobile Telecommunications" , *Journal of the European Economic Association* 9(6):1114–42.
- Growitsch, Christian , Marcus, Scott and Wernick, Christian, (2010) "The Effects Of Lower Mobile Termination Rates (MTRs) On Retail Price And Demand" , *Communications and Strategies* 80:119-140.
- Hagiu, Andrei, (2009) "Two-Sided Platforms: Product Variety and Pricing Structures", *Journal of Economics and Management Strategy* 18(4): 1011-1043.
- Harbord, David and Pagnozzi, Marco (2010). "Network-Based Price Discrimination And 'Bill-And-Keep' Vs. 'Costbased-Regulation Of Mobile Termination Rates'", *Review of Network Economics*. 9(1).
- Jeziorski, Przemys, (2012) "Effects Of Mergers in Two-Sided Markets: Examination Of The US Radio Industry", Working Paper.
- Kaiser, Ulrich and Julian, Wright, (2006) "Price Structure in Two-Sided Markets: Evidence From The Magazine Industry", *International Journal of Industrial Organization* 24(1): 1-28.
- Lee, Jongyong and Lee, Duk Hee, (2012) "Asymmetry Of Mobile Termination Rates And The Waterbed Effect", 23rd European Regional Conference of the International Telecommunication Society, Vienna, Austria, 1-4 July 2012.
- Lee, Robin, (2011) "Dynamic Demand Estimation in Platform and Two-Sided Markets: The Welfare Cost of Software Incompatibility", Working Paper, Stern School of Business, New York University.
- Lyons, Sean. (2006) , "Measuring The Benefits Of Mobile Number Portability". Working Paper, Department of Economics, Trinity College, Dublin.

- McCloughan, Pat and Lyons, Sean, (2006) "Accounting For ARPU: New Evidence From International Panel Data", *Telecommunications Policy* 30(10-11):521-532.
- Pesaran, Hasmen, Ullah, Aman and Yamagata, Takashi, (2008) "A Bias-Adjusted LM Test Of Error Cross-Section Independence", *The Econometrics Journal* (11): 105-127.
- Pesaran, Hasmen, (2004) "General Diagnostic Tests For Cross Section Dependence in Panels", Working Paper, University of Cambridge, CWPE 0435.
- Pesaran, Hasmen, (2006) "Estimation And Inference in Large Heterogenous Panels With Multifactor Error Structure", *Econometrica*, 74: 967-1012.
- Pesaran, Hasmen, (2007) "A Simple Panel Unit Root Test In The Presence Of Cross-Section Dependence", *Journal of Applied Econometrics* 22(2): 265-312.
- Pesaran, Hasmen and Yamagata, Takashi, (2008) "Testing Slope Homogeneity in Large Panels", *Journal of Econometrics* 142(1): 50-93.
- Rochet, Jean-Charles and Jean, Tirole, (2003) "Platform Competition in Two-Sided Markets", *Journal of the European Economic Association* 1(4): 990-1029.
- Rochet, Jean-Charles and Jean, Tirole, (2006) "Two-Sided Markets: A Progress Report". *RAND Journal of Economics* 37(3): 645-667.
- Rysman, Marc, (2009) "The Economics Of Two-Sided Markets", *Journal of Economic Perspectives* 23(3): 125-143.
- Schiff, Aaron, (2008) "The 'Waterbed' Effect And Price Regulation", *Review of Network Economics* 7(3): 392-414.
- Shew, William, (1994) "Regulation, Competition And Prices in Cellular Telephony", Working Paper, The American Enterprise Institute for Public Policy Research. No: 4329.
- Song, Minjae, (2011) "Estimating Platform Market Power In Two-Sided Markets With An Application To Magazine Advertising", Song, Minjae, *Estimating Platform Market Power in Two-Sided Markets with an Application to Magazine Advertising* (September 30, 2013). Simon School Working Paper No. FR 11-22. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1908621> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1908621>.
- OECD. (2009) "TwoSided Markets", DAF/COMP (2009) 20, <https://www.oecd.org/daf/competition/44445730.pdf>
- Valletti, Tommaso, (2006) "Mobile Call Termination: a Tale of Two-Sided Markets", *Antitrust and Regulation in the EU and US*, Chapter 7, Edward Elgar Publishing.
- Valverde, Carbo, Chakravorti, Sujit and Francisco, Fernandez, (2009) "Regulating Two-Sided Markets: An Empirical Investigation", Federal Reserve Bank of Chicago.
- Westerlund, Joakim, (2008) "Panel Cointegration Tests Of The Fisher Effect", *Journal of Applied Econometrics* 23(2): 193-223.
- Weyl, Glen, (2010) "A Price Theory Of Multi-Sided Platforms", *American Economic Review* 100(4): 1642-1672.
- Wright, Julian, (2004) "One-Sided Logic in Two-Sided Markets". *Review of Network Economics* 3(1): 42-63.

Siyasi Partilerin 2019 Yerel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi

Website Use and Comparative Analysis of the Political Parties in 2019 Local Elections

Emrah ARĞIN *

ÖZ

Kitle iletişim araçları; yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü bir güç olarak kabul görmektedir. Günümüzde en etkili ve yaygın kullanılan kitle iletişim aracı ise internettir. İnternet ülkemizde siyasetçiler tarafından yardımcı ve tamamlayıcı bir araç olarak sıklıkla kullanılmaktadır ve bundan sonra da kullanılmaya devam edecektir. Toplum üzerinde önemli etkisi olan internet medyası, Web 2.0'in gelişimiyle birlikte çift yönlü iletişime olanak tanıyan yapıya kavuşmuştur. Siyasi partiler, geleneksel kitle iletişim araçlarıyla birlikte, seçmenlerle etkileşim halinde olabilmek için internetin bütün imkânlarından faydalanmaktadır. Bu çalışmada, mecliste grubu bulunan AK PARTİ, CHP, İYİ PARTİ, MHP ve HDP'nin 31 Mart 2019 yerel seçimleri süresince kurumsal Web sayfaları karşılaştırmalı olarak analiz edilmektedir. Siyasi partilerin kurumsal Web sayfaları, işlevsellik ve tasarımsal özellikleri bakımından karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. İçerik analizi yönetimi ile elde edilen bulgulara göre, Siyasi partilerin, kurumsal Web sayfalarını propaganda ve kamuoyunu bilgilendirme amacıyla sıklıkla kullandığı tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Siyasi Partiler, Siyasal İletişim, Yerel Seçimler

ABSTRACT

Mass media are regarded as a fourth power after the legislative, executive and judiciary. Today, the most effective and widely used mass communication tool is the Internet. The Internet is frequently used by politicians as an auxiliary and complementary tool in our country and will continue to be used thereafter. Internet media, which has a significant impact on the community, has acquired a structure that allows bidirectional communication with the development of Web 2.0. Together with traditional mass media, political parties benefit from the full range of internet opportunities to interact with voters. In this study, the corporate web pages are analyzed comparatively during the local elections of the AK PARTİ, CHP, İYİ PARTİ, MHP and HDP which have a group in the parliament. The institutional Web pages of political parties were evaluated by comparing them in terms of their functionality and design features. According to the findings obtained with content analysis management, it was determined that political parties frequently used the corporate Web pages to inform propaganda and public opinion.

KEYWORDS

Political Parties, Political Communication, Local Elections

| <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 07.03.2019 | | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 04.09.2019 | |
|--|---|---|--|
| <i>Atf</i> | Arğın, E. (2019). Siyasi Partilerin 2019 Yerel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 397-404. | | |

GİRİŞ

1990'lı yıllardan itibaren hızla gelişen ve değişen internet teknolojisi günümüzde giderek genişlemiş ve farklı şekillerde kullanım imkanına kavuşmuştur. Bu yeni teknolojinin sunduğu iletişim imkanı klasik iletişim araçlarına göre iletişim sürecini tek yönlü olmaktan çıkarmış karşılıklı etkileşimi mümkün kılmıştır. İnternetin yaygınlık kazanmasıyla birlikte medyanın etkinlik alanı genişlemiş ve kullanıcılar içerik tüketen değil aynı zamanda içerik üreten bir aktör olma imkânına kavuşmuşlardır. İnternetin bilginin üretimi ve dağıtımını konusunda ortaya çıkardığı bu değişim siyasi partilerin ve aktörlerin de bu mecralarda yer almasını sağlamıştır.

Siyasi partiler sadece seçim dönemlerinde değil seçim dönemleri dışında da seçmenlerle iletişim halinde kalabilmek için internet sitelerini ve internetin sunduğu diğer araçları aktif halde kullanmaktadırlar. İnternet üzerine araştırmalar yapan ve küresel ölçekte faaliyet gösteren dijital pazarlama ajansı Wearesocial¹ tarafından Ocak 2018'de yayımlanan "Digital in 2018 in Western Asia" adlı rapora göre, Türkiye nüfusunun yüzde 67'sinin (54.3 milyon) internet kullanıcısı olduğu ifade edilmektedir. Yüksek seçim kurulunun verilerine göre (YSK: 2019) 2017 Anayasa Referandumu'nda yaklaşık 48 milyon seçmen oy kullanmıştır. Bu verilerden yola çıkarak 2017 Anayasa referandumunda oy kullanan seçmenlerin yaklaşık yüzde 92'si aynı zamanda internet kullanıcısı olduğu söylenebilir. Bu durum siyasal iletişim bağlamında interneti önemli kılmaktadır.

Siyasi partiler herhangi bir medya kuruluşuna ihtiyaç duymadan istedikleri bilgileri istedikleri zamanda ve istedikleri şekilde aktarabilmek için web sitelerini sıklıkla kullanmaktadırlar. Medya kuruluşuna ihtiyaç duymadan bilgi akışının yönetilebilmesi ve anında iletişim imkanı sağlaması nedeniyle internet geleneksel kitle iletişim araçlarına göre daha avantajlı bir konumdadır. Bu bağlamda web sayfaları seçmenler ile siyasi partiler arasında bir aracı olmadan köprü işlevi sunmakta, seçmenlere geribildirim imkanı sağlamakta ve siyasi partilerin seçmene ulaşması açısından hızlı, güvenilir bir yol sağlamaktadır.

Siyasal iletişim, bilgilerin politikacılar ile seçmenler arasında medya aracılığıyla gerçekleşen interaktif bir süreçtir. Bu süreçte bilgi politikacılar tarafından seçmenlere ve seçmenler tarafından da politikacılara doğru bir bilgi akışı vardır. Siyasal iletişim bu kapsamda üç aşamadan oluşur. Birinci aşamada siyasal iletişim stratejilerinin tasarımı yapılır. Tasarlanan stratejilerin hayata geçirilmesi ise ikinci aşamayı oluşturur. Üçüncü ve son aşamada ise kampanya ile eş zamanlı olarak siyasal iletişim sürecinin etkisinin ölçümü yapılır (Çağlar ve Yusuf, 2015: 7). Burada esas amaç hedef kitlenin ikna edilerek arzu edilen şekilde oy verme davranışını ortaya koymalarını sağlamaktır.

Bu çalışmanın temel amacı partilerin kurumsal web sayfalarını seçim dönemlerinde ve genel olarak nasıl kullandıklarını ortaya koyarak, kullanım farklılıklarını tespit etmektir. Araştırmanın temel hipotezi 'Türkiye'de siyasi partiler tarafından kurumsal web sayfaları seçim kampanyaları sürecinde aktif olarak kullanılmaktadır' şeklinde ifade edilmiştir. Bu bağlamda siyasi partilerin kurumsal web sayfaları incelenmiş ve web sayfaları işlevsellik ile tasarım özellikleri bakımından karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

1. BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK İNTERNETİN SİYASAL PARTİLER TARAFINDAN KULLANIMI

Kitle iletişim araçlarının en önemli misyonu halkı doğru ve tarafsız bir şekilde bilgilendirmektir. İnternetle birlikte bilginin üretimi ve yayılması hiç olmadığı kadar hızlı bir şekilde gerçekleşmiş ve bilginin üretimi artmıştır. Bu durum internet teknolojilerinin merkezi olmayan özelliğinden kaynaklanmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarında, bilgiyi oluşturan ve kurgulayanın kendi politikaları çerçevesinde hareket edilirken yeni medyada bu kurgulamayı bilgiyi üreten ve iletene bırakmıştır. Başka bir ifadeyle internet teknolojisi sayesinde bireyler geniş bir kaynağa ve geniş bir kitleye ulaşabilme imkânına kavuşmuştur. Geleneksel kitle iletişim araçlarında yer almayan farklı görüşler ve fikirler internet medyasında rahatlıkla yer alabilmektedir.

İnternet, dünyanın her yerinden birbirine bağlı ağlardan oluşan çağımızın teknoloji devrimi sayılmaktadır. Bu teknolojik gelişme her geçen gün sınırlarını arttırmakla kalmayıp içerik olarak da zenginleşmektedir (Arğın, 2018: 164). İnternet kullanımının artması, yeni web ortamlarının doğması ve bu yeni alanların giderek zenginleşmesini de beraberinde getirmiştir (Karabulut, 2012: 2). İnternet teknolojileri 1990'lı yıllarda seçim kampanyalarında ilk defa kullanılmaya başlanmıştır (Devran: 2003, 29). Özellikle web 2.0 gelişimiyle birlikte internetin seçim kampanyalarında kullanımı hız kazanmış ve seçim kampanyalarına interaktif bir iletişim imkanı sağlamıştır (Newman, 1999: 6). İnternet, günümüzde siyasi partiler ve seçmenler tarafından en önemli siyasal iletişim aracı konumuna gelmiştir. Siyasi partiler interneti propaganda ve halkla ilişkiler amacıyla sıklıkla kullanmaktadır.

İnternetin seçim kampanyalarında kullanım şekline baktığımızda bireyler ve siyasal aktörler olmak üzere iki farklı boyutun karşımıza çıktığı gözlemlenmektedir. Bireyler açısından baktığımızda, siyasal içerikli

¹ Daha detaylı bilgi için; <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. (Erişim Tarihi: 08.11.2018)

bilgiler farklı kaynaklardan ulaşılabilir hale gelmiştir. Bu sayede enformasyonun tek elden yönetilmesi ihtimali ortadan kalkmıştır. Siyasi partiler açısından baktığımızda ise seçim kampanyaları dönemlerinde düşük bir maliyetle web sayfaları açmak ve bu sayfaları birer medya aracı gibi kullanmak, partiler için zaman ve maliyet açısından oldukça avantajlıdır (Beck, 2005: 27). Siyasi partiler açısından web sitelerinin enformasyonun kontrolünü sağlama açısından da oldukça önemi vardır. Bu sayede partiler istedikleri şekilde herhangi bir medya kuruluşuna bağlı kalmadan halkla ilişkiler ve propaganda faaliyetlerini yürütebilmektedirler.

Özellikle seçim dönemlerinde siyasi partiler seçmenlere ulaşabilmek için hızlı ve sansüre uğramamış, hacmi büyük bilgiyi seçmenlere ulaştırmaya çalışırlar (Schweitzer, 2005: 327-328). Siyasi partiler ve liderler siyaset arenasında yerlerini koruyabilme, daha iyi konuma gelebilme ve seçmenlerin dikkatini çekmek için günümüzde internetin sunduğu imkânlardan mümkün olduğunca faydalanmaya çalışmaktadır (Tokgöz, 2014: 11-17). Siyasi partilerin internette mecralarını kullanmalarının altı temel nedeni vardır. Bunlar (Gibson vd, 2003: 166-180):

- Geleneksel medyaya ve halka bilgi sağlamak,
- Kampanya yapıp bilgi verme - bağış toplama,
- Gençlere ulaşma,
- Modern bir parti imajı yaratma,
- Sanal dünyada tecrübe kazanma,
- Seçmenlerle etkileşimli olabilme amacı vardır.

Siyasi partiler tarafından internet teknolojileri, kararsız seçmenin oyu olarak görülen “yüzen oylar”ı etkilemek içinde kullanılmaktadır. Hollanda'da 2002 yılında yapılan genel seçimlerinde, seçmenlerin kurumsal web sayfalarını ziyaret etme nedenlerini araştıran bir çalışmada, siyasi partilerin kurumsal web sayfalarının özellikle kararsız seçmenleri etkilemede oldukça başarılı olduğu sonucuna ulaşmıştır (Boogers vd., 2003: 20). Bu siteler sadece siyasal ilgisi yüksek kişilere değil, interneti yoğun olarak kullanan ancak siyasete uzak olan gençlere ulaşmayı da başarmaktadır. Kişiler daha çok, siyasal partilerin durumu, parti haberleri ve seçim kampanyasına ilişkin bilgi edinmede siyasi partilerin kurumsal web sayfalarını kullanmaktadır.

Kitle iletişim araçları, siyasi partilerin en sık kullandıkları ve kullanmak zorunda oldukları araçlardır. Partiler bu araçlar sayesinde seçmene ulaşarak seçmenin oy verme davranışını etkilemektedir. Partilerin seçmenler tarafından algılanma şekli oy verme davranışını etkileyeceği için siyasal iletişim için en uygun zamanın ve en uygun kanalın seçilmesi oldukça önemlidir (Sancar, 2008: 54). Seçmenlere ulaşan siyasi partiler sadece seçmen tercihlerini değiştirmez, aynı zamanda seçmenleri oy vermeye ve kampanya içinde aktif olmaya da güdüler (Aydemir, 2013:137).

Siyasi partilerin geleneksel kitle iletişim araçlarında yer bulabilmeleri bütçeleriyle doğru orantılıdır. Siyasi partilerin seçim dönemindeki kampanyalarına uygun bütçeleri ile seçim çalışmaları için hazineinden aldıkları yardımlar genellikle birbirine eşit değildir. Bu durumda bütçesi daha fazla olan partiler kitle iletişim araçlarında daha fazla yer almakta ve bütçesi az olan partilere göre daha etkin bir iletişim kampanyası yürütebilmektedirler. Bu eşitsizliği ortadan kaldıran, seçmen nezdinde küçük bütçeli partilerin de büyük bütçeli partilerle eşit düzeyde seçmenle iletişim kurabilmesini sağlayan partilerin web siteleridir (Alemdar ve Köker, 2011: 226-227). Başka bir ifadeyle siyasi partiler seçim kampanyalarını yürütebilmek için web sitelerini aktif olarak kullanmaktadır. Bu sayede bütçesi düşük olan partiler kurumsal web sayfalarını aktif ve işlevsel kullanarak seçim kampanyalarını yürütebilmektedir.

Türkiye'de internet teknolojilerinin siyasal iletişim amacıyla ilk defa 3 Kasım 2002 seçimlerinde kullanılmıştır. Bu dönemde bazı yeni teknolojilerin olduğu gibi internet de seçim kampanyası çalışmalarında sınırlı ölçüde kullanılmıştır. Siyasi partilerin büyük bir çoğunluğu 2002 seçimleri öncesinde web siteleri kullanmaktadırlar. Ancak sadece Anavatan Partisi, 3 Kasım 2002 seçimlerinde genç oylara da önem verdiği için özellikle siyasal partinin web sitesindeki faaliyetleri üzerine yoğunlaşmıştır. O dönemde Türkiye'de ki internet kullanımının yaygın olmamasından dolayı web siteleri üzerinden siyasal iletişim çalışmalarının geniş kitlelere ulaşamamıştır. Ancak bir sonraki dönemde yapılan 22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinde ise, siyasi partilerin web sitelerinin daha geniş kitlelere ulaştığı ve siyasal iletişim çalışmalarında kısmen de olsa işlevinin arttığı görülmüştür (Akt. Şener, 2018: 28).

Siyasal iletişim aracı olarak web sayfalarının kullanımı konusunu ele alan akademik çalışmalar incelendiğinde, araştırmaların odaklandıkları soruların; seçimlerde partilerin kurumsal web sayfalarının metinsel ile teknik içeriği üzerinde durulmuş ve karşılaştırmalı analizi yapılmıştır (Toruk, 2008; Alemdar ve Köker, 2011; Karlı ve Değirmencioğlu, 2011; Çağlar ve Köklü, 2017). Araştırmalarda siyasi partilerin siyasal iletişim amacıyla seçim dönemlerinde web sayfalarını aktif olarak kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Evren ise (2015) yaptığı araştırmada 10 Ağustos 2014 tarihinde ilk kez halk oylamasıyla yapılan Cumhurbaşkanı

seçimi öncesinde adayların web sayfalarını incelemiş ve Cumhurbaşkanı adaylarının, web sitelerini ağırlıklı olarak kendilerine ilişkin bilgileri yayma yönünde kullandıkları sonucuna ulaşmıştır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak internet teknolojileriyle hedef kitleye gönderilen mesaj tekrarlanabilmekte ve güncellenebilmektedir. Aynı zamanda internetin sağladığı hız sayesinde seçmenler ihtiyaç duydukları bilgilere çok kısa zamanda ulaşabilmekte ve karşılıklı iletişime geçebilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin bu etkisi siyasal iletişim sürecini etkilemiş ve siyasetçileri daha şeffaf ve daha tutarlı olmaya zorlamıştır. İnternet sayesinde seçmenler, siyasi parti ve adaylar ile ilgili tüm bilgilere en kapsamlı ve en hızlı şekilde ulaşabilmektedir. Bu bilgiler seçmenlerin parti ya da aday hakkında olumlu veya olumsuz kanaat oluşturmalarına ve oy verme davranışında etkili olmaktadır. Bu anlamda yeni iletişim teknolojilerini etkili ve verimli kullanan siyasi parti ve adaylar, seçmenleri etkileme imkanına sahiptir.

2. YÖNTEM

Bu araştırma ile 30 Mart 2019 yerel seçimlerine katılan siyasi partilerin kurumsal web sayfalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini 2019 yerel seçimlerine katılan AK PARTİ, CHP, İYİ PARTİ, MHP ve HDP'nin kurumsal web sayfaları oluşturmaktadır. Çalışmanın evreni beş siyasal partiyle sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırmanın sebebi, mecliste grubu bulunan siyasi partilerin çalışmaya alınması ve bunun da temelinde bu siyasi partilerin yerel seçimler sürecinde daha yoğun bir kampanya yürüteceği düşüncesi yatmaktadır.

Araştırmada incelenen kurumsal web sayfalarının birbirlerinden farklı yönleri ve birbirleriyle olan benzerlikleri ortaya konularak, tasarım ve genel kurumsal bilgilendirme sağlayan içeriksel unsurlar incelenmiştir. Siyasal iletişim kampanyalarında kurumsal web sayfalarının kullanılmasının ve siyasi partiler tarafında kullanılan web sayfalarındaki farklılıkların değerlendirilebilmesi için içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır.

İçerik çözümlemesinde temel amaç toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu amaçla toplanan verilerin önce kavramlaştırılması ve sonrasında ortaya çıkan kavramların mantıklı biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir (Akt. Arğın, 2018: 6). İçerik çözümlemesi bir anlamda toplanan verilere dayalı bir "okuma" aracı olarak nitelendirilebilir. Bu okuma şekli, sınırları belirlenmiş söylem ve örneklerin çözümlenmesi esasına dayanmaktadır (Bilgin, 2006: 1).

2.1. Kodlama Cetveli

Siyasi partilerin kurumsal web sayfalarının kullanımı ve seçmene ulaşma şekilleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu sayede web sayfalarını daha etkin kullanan siyasi parti nicel olarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada Cheng ve Schweitzer'in (1996) "Cultural Values Reflected in Chinese and U.S. Television Commercials" skalası gözden geçirilmiş aynı zamanda Gibson ve Ward (2000)'in "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites" adlı çalışmada kullandığı skaladan faydalanılmıştır. Bunun yanı sıra Gibson vd. (2003)'in "Election Campaigning On The www In The USA And UK A Comparative Analysis", çalışması da incelenmiş ve kullanılan çeşitli ölçeklerden yararlanılmıştır. Bu araştırmanın içerik analizi kategorileri yukarıdaki çalışmalarda yer alan bilgilerden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Çalışmadaki siyasi partilerin kurumsal web sayfalarının değerlendirme kategorileri ise İşlevsellik Özellikleri ve Tasarım Özellikleri olmak üzere iki başlıktan oluşmaktadır. Bu başlıklar şu şekilde alt kategorilere ayrılmıştır:

İşlevsellik Özellikleri: Basın Açıklamaları, Değerler/ İdeoloji, Politikalar, Dokümanlar, Aday Profilleri, Seçim Bilgileri, Arşiv, Üyelik, Bağış Toplama, Referans Linkleri, E-Mail, Forum, Site Haritası, Özel Seçim Sitesi, Broşür ve Propaganda Bilgilerinin İndirimi, Logonun İndirimi, Partinin Tarihçesi, E-bülten, Öneri/ Anket, İl ve İlçe Teşkilat Bilgileri ve Danışma Hattı başlıklı konular ele alınmıştır.

Tasarım Özellikleri: Grafikler, Hareketlilik / İmajlar, Ses, Video, Animasyon, Dokümanların Metin Halinde İndirilmesi ve Yazılması, Yabancı Dile Çeviri, Siteye Girişin Metin Halinde Sunulabilirliği, Görme Bozukluğu Olanlar İçin Yazılım, Site İçi Arama Motoru ve Haber Akışı başlıklı konular ele alınmıştır.

İçerik çözümlemesinde güvenilirlik kodlama sisteminin kullanılmasına bağlıdır. Güvenilirliğin sağlanabilmesi için kodlayıcıların ve kodlama kategorilerinin güvenilir olması gerekmektedir. Aynı kodlayıcıların aynı metni farklı zamanlarda büyük oranda aynı şekilde kodlamasını veya farklı kodlayıcıların aynı metni büyük oranda aynı şekilde kodlamalarını gerektirmektedir (Bilgin, 2006: 13). Bu şekildeki bir çalışma hata yapma olasılığının en aza indirilebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada kategori sistemleri; güvenilirliğin sağlanması amacıyla farklı zamanlarda farklı araştırmacılar tarafından iki kez kodlama yapılmış ve elde edilen bulgular birbiriyle büyük ölçüde (% 99) uyumlu bulunmuştur.

3. BULGULAR ve YORUM

Siyasi partilerin kurumsal web sayfalarının incelendiği bu bölümde işlevsellik ve tasarım özellikleri bakımından <https://www.akparti.org.tr/>, <https://www.chp.org.tr/>, <https://iyiparti.org.tr/>, https://www.mhp.org.tr/mhp_index.php ve <https://www.hdp.org.tr/> web sayfaları karşılıklı olarak analiz edilmiştir.

3.1. Siyasi Partilerin Kurumsal web Sayfalarının İşlevsellik Özellikleri

Tablo 1: Siyasi Partilerin Kurumsal web Sayfalarının İşlevsellik Özellikleri

| İŞLEVSELLİK ÖZELLİKLERİ | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | AK PARTİ | CHP | İYİ PARTİ | MHP | HDP |
| Basın Açıklamaları | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Değerler ve İdeoloji | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Politikalar | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Dokümanlar | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Aday Profilleri | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Seçim Bilgileri | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Arşiv | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Üyelik | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Bağış Toplama | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Referans Linkleri | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| E-Mail | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Forum | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Site Haritası | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Özel Seçim Sitesi | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Logonun İndirilebilmesi | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Broşür ve Propaganda Bilgilerinin İndirilebilmesi | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Parti Tarihçesi | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| E-bülten | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Öneri ve Anket | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| İl ve İlçe Teşkilat Bilgileri | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Danışma Hattı | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| TOPLAM | 12 | 14 | 12 | 13 | 10 |

Siyasi partilerin 2019 yerel seçimler döneminde kurumsal web sayfalarının işlevsellik özellikleri bakımından incelediğimizde Tablo 1'e göre ilgili web sayfaları birbirine benzerlik göstermektedir. İşlevsellik özellikleri bakımından en fazla özelliği CHP bulundururken en az özelliği ise HDP'nin web sayfası bulundurmaktadır. İncelenen siyasi partilerin kurumsal web sayfalarında Forum, Özel Seçim Sitesi ile Öneri ve Anket özelliklerini hiçbir parti kullanmamıştır. Basın Açıklamaları, Değerler ve İdeoloji, Politikalar, Dokümanlar, Arşiv, Broşür ve Propaganda Bilgilerinin İndirilebilmesi ve E-bülten işlevlerini bütün siyasi partiler kullanmaktadır. İl ve İlçe Teşkilat Bilgilerine HDP dışında bütün partiler yer vermiştir. Parti Tarihçesini sadece CHP ve MHP paylaşmıştır. AK PARTİ ve HDP kurumsal web sayfaları aracılığıyla üyelik kabul etmezken CHP, İYİ PARTİ ve MHP kabul etmektedir. İncelenen çalışmalarda siyasi partiler daha önceki seçimlerde özel olarak ilgili seçim için web sayfası kullanırken 2019 yerel seçimleri için sadece partilerinin kurumsal web sayfalarını ve sosyal medyayı kullandıkları tespit edilmiştir. Partiler onaylanmış sosyal medya kanalları için bağlantı linkini paylaşmıştır.

Web sitelerini interaktif hale getiren en önemli özellik öneri ve anket linklerinin olmasıdır. Görüldüğü üzere bu içerik hiç bir parti tarafından kullanılmamıştır. Dolayısıyla siyasi partilerin kurumsal web siteleri interaktif değildir. Web siteleri sadece bilgilendirme ve propaganda amacıyla kullanılmaktadır.

3.2. Siyasi Partilerin Kurumsal web Sayfalarının Tasarım Özellikleri

Tablo 2: Siyasi Partilerin Kurumsal web Sayfalarının Tasarım Özellikleri

| TASARIM ÖZELLİKLERİ | | | | | |
|--|----------|----------|-----------|----------|----------|
| | AK PARTİ | CHP | İYİ PARTİ | MHP | HDP |
| Grafikler | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Hareketlilik ve İmajlar | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Ses | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Video | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Animasyon | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Siteye Girişin Metin Halinde Sunulabilirliği | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Dokümanların Metin Halinde İndirilebilmesi ve Yazdırılabilmesi | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Yabancı Dile Çeviri | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Görme Bozukluğu Olanlar İçin Yazılım Kullanım | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Site İçi Arama Motoru Kullanımı | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Haber Akışı | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| TOPLAM | 8 | 7 | 6 | 7 | 7 |

Siyasi partilerin 2019 yerel seçimler döneminde kurumsal web sayfalarının tasarım özellikleri bakımından incelediğimizde Tablo 2'ye göre ilgili web sayfaları birbirine benzerlik göstermektedir. Tasarım özellikleri bakımından en fazla özelliği AK PARTİ bulundururken en az özelliği ise İYİ PARTİ'nin web sayfası bulundurmaktadır. İYİ PARTİ site içi arama motoru özelliği sunmazken yabancı dile çeviri özelliğini sadece AK PARTİ'nin kurumsal web sayfası kullanmaktadır. AK PARTİ'nin kurumsal web sayfasına hem İngilizce hem de Arapça olarak ulaşılabilmektedir. Bu anlamda ülkede yaşayan yabancı uyruklu bireyler, AK PARTİ dışında diğer partiler tarafından dikkate alınmamaktadır.

Görme Bozukluğu Olanlar İçin Yazılım Kullanımı, Animasyon, Siteye Girişin Metin Halinde Sunulabilirlik özelliğini incelenen partiler içinde hiçbir parti web sayfası sunmamaktadır. İncelenen siyasi parti kurumsal web sayfalarının Grafikler, Hareketlilik / İmajlar, Ses, Video paylaşım özelliğini aktif olarak kullandıkları tespit edilmiştir.

DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Politik yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olan seçimlerin yapılabilmesi ve siyasal katılımın artırılabilmesi, çağdaş demokrasilerin önemli bir unsurudur. Modern toplumlarda siyasal iletişim çalışmalarının yürütüldüğü en önemli mecra kitle iletişim araçlarıdır. Son zamanlarda siyasal iletişim çalışmaları için en çok kullanılan mecra ise internet olmuştur. İnternet sayesinde bireyler kendileri arasında veya siyasi partilerle karşılıklı etkileşime dayalı iletişim kurabilmektedir.

Türkiye'de seçimlere katılım oranının yüksek olduğunu düşündüğümüzde siyasal iletişim sürecinin önemi artmaktadır. İnternetin Türkiye'de dünyada olduğu gibi siyasal iletişim çalışmalarında kullanılması oldukça yenidir. Bu yeni iletişim teknolojilerinin gücünün ve etkisinin fark edilmesi siyasi partileri bu mecraları kullanmaya sevk etmiştir. Türkiye'de internet siyasal iletişim çalışmalarında ilk defa 2007 genel seçimlerinde kullanılmış ve sonraki seçimlerde kullanımı artmaya devam etmiştir.

Bu çalışmada siyasi partilerin kurumsal web sayfaları yerel seçim içerikleri açısından incelenmiş ve web sayfaları 'İşlevsellik Özellikleri' ile 'Tasarım Özellikleri' olmak üzere iki ana başlıkta incelenmiştir. İşlevsellik

özellikleri bakımından araştırmamızdaki ölçüğe göre en çok işlevsel özelliğe sahip olan CHP'nin kurumsal web sitesidir. Tasarım özellikleri bakımından ise araştırmamızdaki ölçüğe göre en iyi tasarıma sahip olan AK PARTİ'nin kurumsal web sitesidir.

Tasarım özellikleri bakımından incelenen siyasi partilerin web sayfaları birbirlerine benzerlik göstermektedir. AK PARTİ diğer siyasi partilerden farklı olarak kurumsal web sayfasında Yabancı Dilde siteyi kullanabilme imkânı sunmuştur. İncelenen diğer siyasi partilerde Yabancı Dilde siteyi kullanabilme imkânı sunulmamıştır. Site İçi Arama Motoru özelliğini ise sadece İYİ PARTİ kullanmamıştır. Diğer bütün siyasi partiler Site İçi Arama Motoru özelliğinden faydalanmaktadır. Genel olarak baktığımızda araştırma kapsamında incelenen kurumsal web sayfaları görünürde her ne kadar farklılıklar olsa da 'İşlevsellik Özellikleri' ve 'Tasarım Özellikleri' bakımından oldukça benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın temel hipotezi 'Türkiye'de siyasi partiler tarafından kurumsal web sayfaları seçim kampanyaları sürecinde aktif olarak kullanılmaktadır' şeklinde ifade edilmiştir. Siyasi partilerin kurumsal web sayfası kullanımına genel olarak baktığımızda partiler, interneti aktif ve etkin bir şekilde kullandıkları söylenebilir. Bu anlamda araştırma hipotezimiz doğrulanmıştır.

KAYNAKÇA

- Alemdar, M. Y., & Köker, N. E. (2011). Siyasal Partilerin 2007-2011 Türkiye Genel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(31), 225-254.
- Arğın, E. (2018). İnternet Reklamlarına Karşı Tutumun Belirleyicileri: Otomobil Reklamları Örneği. *International Journal of Social Science*, 1 (1), 147-165. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/injoss/issue/37521/433568>
- Aydemir, E. (2013). *Siyasal İletişimi Yeniden Okumak*. İstanbul: Üçdal Neşriyat.
- Beck, U. (2005). *Siyasallığın İcadı*. (Çev.) Gürlü, N. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, (2. baskı), Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Boogers, M., & Voerman, G. (2003). Surfing Citizens And Floating Voters: Results Of An Online Survey Of Visitors To Political Web Sites During The Dutch 2002 General Elections. *Information Polity*, 8 (1, 2), 17-27.
- Cheng, H., & Schweitzer, J. C. (1996). Cultural values reflected in Chinese and US television commercials. *Journal of advertising research*, 36(3), 27-46.
- Çağlar, İ., & Özkır, Y. (2015, May). Türkiye'de Siyasal İletişim: 2007-2015. SETA.
- Çağlar, N, Köklü, P. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 148-173. DOI: 10.19145/gumuscomm.277833
- Devran, Y. (2003). *Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler*, AND Yayınları, İstanbul.
- Evren, F. (2015). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet Sitesi Kullanımı: 2014 Cumhurbaşkanı Seçimi. *Journal of Yaşar University*, 10 (39), 6555-6565. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/jyasar/issue/19153/203357>
- Gibson, R. K., Margolis, M., Resnick, D., & Ward, S. J. (2003). Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis. *Party Politics*, 9(1), 47-75.
- Gibson, R., & Ward, S. (2000). A Proposed Methodology For Studying The Function And Effectiveness Of Party And Candidate Web Sites. *Social science computer review*, 18(3), 301-319.
- Karabulut, A. (2012). Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Tüketimindeki Görsel Tasarım Algılarının İletişimsel Rolüne İlişkin Görüşleri: Elazığ Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Elazığ.
- Karlı, İ, Değirmencioglu, G. (2011). Siyasal İletişim Açısından Siyasal Partilerin İnternet Mecrasından Yararlanma Biçimleri Ve Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 141-161. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/maruid/issue/25223/266794>
- Newman, B. I. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured images*. Sage Publications.
- Sancar, G. A., (2008). Siyasal Parti İmajının Oluşmasında Medyanın Rolü. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Şener, Y. (2018). Siyasal Partilerin Halkla İlişkiler Çalışmaları ve Seçmen Memnuniyeti: Elazığ İli Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Elazığ.
- Schweitzer, E. J. (2005). Election campaigning online: German party websites in the 2002 national elections. *European Journal of Communication*, 20(3), 327-351.
- Tokgöz, O., (2014). *Siyasal İletişimi Anlamak*, 2. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.
- Toruk, İ . (2013). 22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinde Siyasal Partilerin İnternet Sitelerine Bir Bakış. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5 (2), 219-234. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/josc/issue/19016/200716>
- Yüksek Seçim Kurulu, Halk Oylaması Sonuçları, <<http://www.ysk.gov.tr/ysk/halkoylamasi-arsivi/2648> > 31.03.2019.

Ticari Havayolu Taşımacılığı Sektöründe Makine Öğrenmesi Uygulamalarının İncelenmesi

Investigation of Machine Learning Applications in Commercial Air Transportation Industry

Eyüp Bayram ŞEKERLİ*

ÖZ

Karmaşıklığın oldukça fazla olduğu, dinamik bir çevrede operasyonlarını sürdüren havayolu işletmelerinin birçok kısıta rağmen doğru karar almaları oldukça önemlidir. Bugün çok çeşitli veri ve büyük miktarda veri üreten havayolu işletmelerinin bu verileri en doğru şekilde değerlendirebilme becerileri kararlarının etkinlik derecesini belirleyebilecektir. Bu nedenle, bu çalışma kapsamında Yapay Zeka (YZ) uygulaması olan Makine Öğrenmesinin (MÖ) havayolu işletmelerinin hangi süreçlerinde, hangi algoritmalar ile kullanılabileceği alanyazında yer alan çalışmalar incelenerek tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar, özellikle son yıllarda MÖ'nün "dispeç güvenilirliği", "uçuş emniyeti", "gelir yönetimi/fiyatlama" ve "müşteri davranışları" konularına uygulanmasında bir artış olduğunu ortaya koymaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Havayolu Taşımacılığı, Yapay Zeka, Makine Öğrenme

ABSTRACT

It is very important that the airlines that carry out operations in a dynamic and complex environment struggle to make the right decision despite many limitations. Today, a wide range of data and a large amount of data generated by airline companies and their ability of data evaluation will determine the effectiveness of the decisions. For this reason, in this study, it has been tried to determine the applications of Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML) algorithms in airline processes of by examining previous literature. The results show that there has been an increase in the application ML algorithms in "dispatch reliability", "flight safety", "yield management/pricing" and "customer behavior" issues especially in recent years.

KEYWORDS

Air Transportation, Artificial Intelligence, Machine Learning

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 07.03.2019 | 24.05.2019 |
| Atıf | Şekerli, E.B. (2019). Ticari Havayolu Taşımacılığı Sektöründe Makine Öğrenmesi Uygulamalarının İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 405-419. |

* Dr. Öğretim Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, eyupbs@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1562-4716

GİRİŞ

Ticari havayolu taşımacılığı sektörü teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı sektörlerdendir. Kullanılan teknolojiler, genellikle operasyonel verimliliğin (Rosenberg vd., 1978; Lee ve Mo, 2011), uçuş emniyeti ve güvenliğinin sağlanmasına yöneliktir. Özellikle, tarihsel süreçte incelendiğinde hava araçlarının daha emniyetli hale getirilmesi için önemli teknolojik geliştirmelerin yapıldığı görülmektedir (AU Department of Transport, 1998; Hansman, 2005). Seyrüsefer esnasında karar vermeyi kolaylaştıracak, ekip üyelerine daha az iş yükü yükleyecek otomatik sistemler hava araçlarını robotik sistemler haline getirmiştir. Diğer yandan, uçuş güvenliği de teknolojinin yoğun bir biçimde kullanıldığı alanlardan birisidir. Büyük oranda havalimanı emniyetine bağlı olan uçuş emniyetinin sağlanmasında şüpheli olan ya da yetkisiz girişlerin engellenmesine ve tehlikeli maddelerin tespit edilmesine yönelik girişimleri engellenmesine yönelik teknolojiler sürekli geliştirilmektedir.

Havayolu işletmeleri istenilen kalitedeki ürünleri düşük fiyatlara sunmak için optimizasyon temelli karar destek sistemlerine başvurmak durumundadırlar. Optimizasyon ile yeterli miktarda kâr sağlamaya imkân verecek ücret sınıflarının belirlenmesi, uçuş programları, ekip eşleştirmeleri, bakım programları, uçuş planları, uçuş rotaları, kapı-uçak eşleştirmeleri ve eğitimlerin programlanması gibi alanlarda karar verme süreçlerinin etkinleştirilmesi sağlanmaktadır. Özellikle, havayolu taşımacılığı sektöründeki yoğun rekabet yapısı, büyük operasyonel hacim, birbirine yüksek seviyeli bağımlılık ve etkileşim içinde olan kaynaklar/süreçler (hava aracı, ekip, bakım faaliyetleri, havalimanı gibi), karmaşık operasyonel planlamalar, oldukça dinamik çevre, karmaşık müşteri davranışları, birçok sektöre göre daha yoğun yasalar, kurallar ve düzenlemelerin oluşturduğu hukuksal çevre süreçlerin optimizasyonu ile ilgili çabaları desteklemektedir (Yu & Yang, 1998:1383).

Günümüzde, örgütler; farklı yapılar, önemli miktarda ve sürekli olarak artan veriyle karşı karşıyadırlar. Büyük veri olarak tanımlanan bu veri yığınları havayolu işletmeleri içinde karar vermede kullanabilecekleri önemli bir kaynak niteliğindedir. Uçuş rotaları, yolcu bilgileri, havalimanı operasyonları, havadurumu verileri, emniyet raporları, hava aracı, havayolu ve pazara dair bilgiler havayolu işletmelerinin sürekli olarak ulaşabildikleri büyük verilerdir (Andronie, 2015:153-154). Büyük veri aynı zamanda bilgisayarlar teknolojileri ile karar vermek için kullanılan Yapay Zeka (YZ) ve Makine Öğrenmesi (MÖ) uygulamalarının etkin bir biçimde çalışmasına ihtiyaç duymaktadır (Bhatnagar, 2018: 469). YZ ve MÖ uygulamaları farklı sektörlerde yer alan işletmeler için süreçlerin verimliliği ve karar verme etkinliğinin sağlanmasında giderek daha fazla gündeme gelmektedir. Bu anlamda, operasyonel süreçlerin etkinliğini belirleyecek konularda havayolu işletmeleri sahip oldukları verileri YZ ile değerlendirebilirler. Diğer yandan, havayolu işletmelerinin YZ'den hangi süreçlerde ve ne kapsamda yararlanabilecekleri incelenebilir. Özellikle, YZ'nin ticari havayolu sektörünün bir takım problemlerine uygulayan akademik çalışmaların incelenmesi faydalı olabilecektir. Bu nedenle, çalışma kapsamında ticari havayolu taşımacılığı sektöründe YZ ve MÖ yöntemlerinin uygulama alanları araştırılmaktadır.

1. YAPAY ZEKÂ VE MAKİNE ÖĞRENME KAVRAMLARI

İnsan zihninin kapsamlı yeteneklerinin gerekli olduğu görevleri yerine getiren tüm bilgisayar temelli araçlar YZ olarak tanımlanmaktadır. Bilgisayarların işlem performanslarındaki önemli gelişmeler ve yüksek miktarda veriye ulaşmanın kolaylaşması YZ'ye olan ilginin artmasını sağlamıştır. MÖ ise, yapay zekânın alt bir uygulaması olarak kullanılmaktadır (Financial Stability Board, 2017:4). En temel düzeyde, MÖ, bir insan tarafından kapsamlı programlanmasına gerek kalmadan kendi başına “öğrenebilen” her türlü bilgisayar programını ifade etmektedir (Wehle, 2017:2). MÖ, istatistik ve bilgisayar bilimlerinin ortak uygulandığı bir alan olarak kabul edilmektedir. MÖ kapsamında yönetilmesi oldukça zor olan veri setleri, oluşturulan matematiksel modeller ile anlamlandırılmaktadır (Boelaert & Ollion, 2018). MÖ; insan zekasının konuşma, olgusallaştırma, çıkarım yapma ve problem çözümü gibi yönlerini simüle etmektedir (Buchanan, 2005; Deloitte, 2017). MÖ, verilerin analizinde kullanılan bir matematiksel prosedürü (algoritma) ifade etmektedir. MÖ ile farklı veri bileşenleri arasındaki örüntülerin (ilişkiler) keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Olgular arasındaki ilişkilerin belirlenmesinden sonra çıkarımlar yapılarak oluşabilecek yeni durumlardaki davranış örüntüleri anlaşılmasına çalışılmaktadır (Finlay, 2017: 5). MÖ, çok çeşitli algoritmaları kullanarak mevcut verilerden sürekli öğrenerek kendisini geliştirmekte ve öngöründe bulunabilmektedir. MÖ kapsamında kullanılan algoritmalar sayesinde veriler arasındaki ilişkilerin öğrenilmesi (eğitim) ile daha kesin öngörüler yapılabilmektedir (Hurwitz ve Kirsch, 2018). MÖ kapsamında büyük veriler kullanılarak sürekli öğrenme ve geliştirme sağlanmaktadır (Deloitte, 2017).

MÖ; gözetimli (supervised learning), gözetimsiz (unsupervised learning) ve pekiştirmeli öğrenme (reinforcement learning) olarak adlandırılan algoritmaları kullanılmaktadır. Gözetimli öğrenme algoritmaları ile “eğitim” aşamasında etiketlenmiş, bazı özellikleri belirtilmiş olan veri setleri analiz edilmektedir (Financial

Stability Board, 2017; Raschka ve Mirjalili, 2017). Gözetimli öğrenmenin en temel görevi verileri ortak özelliklerine göre sınıflandırmaktır. Verileri sınıflandırmasının yanısıra gözetimli öğrenme öngörüsül hedef nümerik değerler de yaratmaktadır. Örneğin, bir otomobilin yapmış olduğu mesafe (km), markası ve yaşı gibi verilerden yola çıkarak aracın değeri ile ilgili bir değer oluşturulabilmektedir (Géron, 2017).

Tablo 1: Makine Öğrenmesi Türleri

| Gözetimli Öğrenme | Gözetimsiz Öğrenme | Pekiştirmeli Öğrenme |
|---|---|--|
| Etiketli veriler kullanılır. | Etiketli olmayan veriler kullanılır. | Ödül sistemine göre karar verilir. |
| Çıktı, eğitim veri setine dayanmaktadır. Sınıflandırma yapılır. | Çıktı, verinin kümelenmesini temel almaktadır. | Çıktı aracı-ajan (agent)'ın çevreyle olan etkileşimi sayesinde oluşmaktadır. |
| Öncül bir veri seti gereklidir. | Öncül bir veri setinin olması gerekli değildir. | Öncül bir veri setine ihtiyaç duyulur. |
| Aynı girdiler her zaman aynı çıktılar üretir. | Aynı girdiler için her bir tekrarda farklı sonuçlar üretilebilir. | Eğer çevre değişiyor ise aynı girdiler için çıktılar da değişir. |
| Geleceğe yönelik çıktılar, öngörüler üretilir. | Veri setindeki gizli ilişkiler tespit edilir. | Eylem serileri oluşturulur. |

Kaynak: Dasgupta & Nath, 2016; Raschka ve Mirjalili (2017)

Gözetimsiz öğrenme algoritması ise etiketlenmemiş veriler üzerinden çalışmaktadır (Financial Stability Board, 2017:4-5). Gözetimsiz öğrenme; temel olarak verinin sınıflandırılması, boyutlarının belirlenmesi ve verideki düzensizliklerin belirlenmesi amaçları ile kullanılmaktadır. Özellikle verideki düzensizliklerin tespit edilmesine yönelik olan gözetimsiz algoritmalar normal olmayan kredi kartı harcamalarının tespit edilerek hırsızlık girişimlerinin engellenmesinde ve üretim hatalarının tespit edilmesinde yoğun olarak tercih edilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda, sistem normal veriler ile eğitildiğinden normalin dışında bir veri hemen ayırt edilmektedir. Bunların yanı sıra sistem içerisinde var olan fakat kolayca tespit edilemeyecek ilişkiler de gözetimsiz öğrenme algoritmaları ile öngörülmektedir. Örneğin, bir markette bir ürün tercih eden müşterilerin aynı zamanda tercih ettiği ürünlerin belirlenerek fiyat, promosyon ve mağaza düzenlemelerinin yapılması gözetimsiz öğrenme ile mümkün olabilmektedir (Géron, 2017).

Üçüncü bir öğrenme algoritması olan pekiştirmeli (takviyeli) öğrenme yönteminde ise, hedef çıktıyı vermek için bir danışman yerine, elde edilen çıkışın verilen girişe karşılık iyi ya da kötü olarak değerlendirilen bir kriter kullanılmaktadır (Atalay ve Çelik, 2017). Pekiştirmeli öğrenmede öğrenen sistem aracı-ajan (agent) olarak tanımlanmakta ve çevreyi gözlemleyerek, eylemlerini belirlemekte ve harekete geçmektedir. Bu hareket sonucu karşılaşılan olumlu (ödül) ya da olumsuz durum (ceza) aracının öğrenmesinde etkili olmaktadır. Benimsenen eyleme karşı çevreden gelen geribildirimde göre aracı tarafından politika (policy) olarak adlandırılan bir davranış yolu belirlenmektedir. Böylece, şartlar benzer olduğunda aracı, nasıl davranışlar sergileyeceğini öğrenmiş olmaktadır (Géron, 2017). Aracının çevre ile etkileşiminde deneme yanılma yaklaşımı ya da bilinçli bir planlama ile ödülleri maksimize edecek eylemler serisi öğrenilmektedir (Raschka ve Mirjalili, 2017).

2. YAPAY ZEKÂ VE MAKİNE ÖĞRENMENİN İŞLETMELERDEKİ UYGULAMALARI

İstatistiksel yöntemleri öngörü yapacak şekilde bir araya getirmesinin yanı sıra tarihsel verilere dayanarak öngöründe bulunan MÖ, modeller oluşturmakta ve veriler değiştiğinde bu modelleri güncellemektedir. Yeni veri akışları sayesinde öğrenerek öngörü yapmaya yarayan modelleri sürekli güncelleyebilen MÖ, veri akışının sürekli ve büyük miktarlarda olduğu günümüz iş dünyasında veri bileşenleri arasındaki ilişkileri dinamik bir biçimde tanımlayarak öngörü de bulunması, bu suretle çevresel belirsizliği azaltabilmesi örgütler için oldukça önemlidir (Bramer vd., 2015). Bu nedenle, MÖ, örgütlerin performanslarını ve pazardaki pozisyonlarını iyileştirmelerinde kullanılabilir. YZ, her büyüklükteki işletmede uygulama alanı bulabilme potansiyeline sahiptir. İşletmeler; dolandırıcılık girişimlerinin tespitinde, güvenliğin artırılmasında, ses ve görüntü tanıma ile daha etkin insan-makine ara yüzlerinin oluşturulması, araçların kullanımına ve medikal operasyonlara destek sağlanması gibi alanlarda YZ uygulamalarını kullanabilmektedirler (Azoff, 2015).

Tablo 2: Makine Öğrenmesinin İşletmeler İçin Faydaları

| Gelir Artışı | Verimlilik Artışı | Sermaye Tasarrufu Artışı | Yatırım Maliyetlerinin Azaltılması |
|---|---|--|--|
| İşletme çıktılarının sonuçlarının tahmin edilmesi | Süreç verimliliği sağlanması | Üretim girdilerinin optimize edilmesi | Veri maliyetinin azaltılması |
| Müşteri ilişkilerinin bireyselleştirilmesi | Çalışan verimliliğinin sağlanması | Sabit sermayenin devamlılığının sağlanması | İnsan kaynağı maliyetinin azaltılması |
| Daha iyi pazar araştırması ile işletme stratejisinin geliştirilmesi | Değer zinciri verimliliğinin sağlanması | Kalite kontrolünün etkinleştirilmesi | Üçüncü kişi tedarikçi maliyetlerinin azaltılması |
| Rekabetçi avantaj elde etme | | | |

Kaynak: Deloitte, 2017.

İşletmeler ellerinde bulunan sınıflandırılmış ya da sınıflandırılmamış verilerin işlenmesi ve buna dayanarak karar verilmesinde YZ önemli bir araç niteliğindedir. Birçok işletme, müşterileri ile ilgili ellerindeki çok geniş veri tabanlarını MÖ uygulamaları ile işleyerek müşteri profili belirleme ve pazar bölümlenme çalışmalarını daha etkin hale getirebilirler. Pazarlama alanında; pazar bölümlenme (Florez-Lopez ve Ramon-Jeronimo, 2009; Grau vd., 2009; Dullaghan ve Rozaki, 2017; Kamthania vd., 2018;) tüketici davranışlarının belirlenmesinde (Badea, 2014; Ravnik vd., 2014), müşteri ilişkilerinin analizinde (Emtiya ve Keyvanpour, 2011; Cioca vd., 2013; Amnur, 2017; Sabbeh, 2018) işletmelerin MÖ'den yararlanabileceği görülmektedir. MÖ'nün, pazarlama süreçlerinin yanı sıra fiyat belirleme (Narahari vd., 2005; Tulabandhula ve Rudin, 2013; Spedicat vd., 2018), gelir yönetimi (Shin ve Park, 2000; Rana ve Oliveira, 2014; Gosavi, 2004; Bayoumi vd., 2013), üretim süreçlerinin planlanması (Song vd., 2005; Gyulai vd., 2014; Müller vd., 2018), insan kaynakları planlamaları (Aytug vd., 1994; Punnoose ve Ajit, 2016; Serengil ve Ozpinar, 2017), süreç yönetimi-kalite kontrolü (Yang, Lu, & Lin, 1992; Escoba ve Morales-Menendez, 2018; Bai vd., 2018;), dağıtım hatlarının planlanması (Min, 2010; Mei ve Doomernik, 2017) gibi işletmecilik alanlarında kullanılabileceği görülmektedir.

3. TİCARİ HAVAYOLU SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ-MAKİNE ÖĞRENMESİ UYGULAMA ALANLARI

1980'li yıllarda serbestleşmeye başlayan ticari havayolu taşımacılığı sektöründe giriş engelleri kalkmış, sektöre yeni girişlerin kolaylaşması ile rekabet de artmıştır. Rekabetin artması ile birlikte fiyatlar düşmüş ve kar marjları azalmaya başlamıştır. Bu nedenle, yoğun rekabet ortamında gelirlerini artırabilmek için verimlilik havayolu işletmelerinin en önemli stratejisi haline gelmiştir (Odoni, 2009; Doganis, 2006).

Ticari havayolu taşımacılığı sektöründe maliyetler yoluyla rekabet etmek oldukça önemli bir strateji haline gelmiştir. Özellikle, serbestleşme hareketiyle ortaya çıkan düşük maliyetli iş modelini uygulayan havayolu işletmeleri, büyük ağa sahip olan, büyük merkezlerde topladıkları çok sayıda yolcu küresel çapta taşıyan büyük network tipi bayrak taşıyıcıları için kısa-orta hatlarda rekabet baskısının daha da artmasına neden olmuşlardır. Ayrıca, ticari havayolu taşımacılığı sektöründe oldukça yüksek olan yakıt, personel, bakım-onarım, havalimanı, sigorta giderlerinin baskısını azaltmak için yöntemlerin geliştirilmesi havayolu işletmelerini meşgul etmektedir. Bunların yanı sıra, havalimanı sıkışıklıkları, yüksek sermaye gereksinimleri, güvenlik ve emniyet ile ilgili gereklilikler, karmaşık ve büyük sistemin yönetimi ile ilgili zorluklar optimizasyon araçlarının/modellerinin kullanımının ön plana çıkmasına neden olmaktadır (Barnhart ve Cohn, 2004).

Bahsedilen konuları çözmek üzere akademik kapsamda rasyonel modellerin oluşturulmasını ele alan birçok çalışma bulunmaktadır. Çalışmaların yapıldığı alanlar aynı zamanda YZ ve MÖ uygulamaları ile çözüm aranabilecek alanlardır. Bu çalışmaların kapsamı aşağıdaki gibidir:

- Yakıt Yönetimi:** Yakıt giderlerinin havayolu işletmelerinin operasyonel maliyetleri arasında birinci sırada bulunmaktadır (Zouein vd., 2002; Belobaba, 2016). Nash (1981)'e göre, havayolu işletmeleri için petrol krizinin yaşandığı 1974 yılından itibaren matematiksel formülasyonlar ve bilgisayar yardımı ile yakıt giderlerini azaltmaya çalışmaktadırlar. Yakıt giderlerinin azaltılması için uçuş planlamanın sürecinin etkinliğinin sağlanmasına yönelik bir çok çalışma (Zouein vd., 2002 ; Naumann ve Suhl, 2013; Belkin, 2017; Legrand vd., 2018) bulunmaktadır.
- Ekip Planlama:** Yakıt giderlerinden sonra havayolu işletmelerinin en yüksek maliyetleri personel giderleridir (Belobaba, 2016). Bu nedenle, personelin en verimli şekilde kullanılması gerekmektedir. Personelin çalışma saatlerine getirilen kanuni kısıtlamalar ve havaaracı tipine uygunluk gibi kısıtlamalar personel planlamasında kısıtlardan bazılarıdır. Bu nedenle, ekip

planlamasının etkinleştirilmesine yönelik çalışmalar (Rubin, 1973; Vance vd., 1997; Yen ve Birge, 2006; Rauf vd., 2016) bulunmaktadır.

- c) **Gelir Yönetimi/Fiyatlama:** Havayolu işletmelerinin karşılamaya çalıştıkları talebin birçok sektöre göre değişken olması fiyatlamayı zorlaştırmaktadır. Gün, hafta, ay ve yılın belirli zamanlarına göre değişen talebe uygun bir fiyatlama yapmak uçakların doluluklarını artırırken gelirleri maksimize etmek hedeflemektedir. Bu nedenle, dinamik bir fiyatlama sürecinde doğru karar verebilmeyi amaçlayan matematiksel modellemeler önplana çıkarılmıştır (Belobaba, 1987). Matematiksel modellemeleri kullanan çalışmalar (Belobaba ve Farkas, 1999; Lautenbacher vd., Stidham, 1999; Subramanian vd., 1999; Coughlan, 1999) temel olarak talep değişimlerinde dolululuğu ön görmeye çalışmakta, fazla satış ve ek satışları da dikkate alarak fiyatlama için karar modelleri oluşturmaktadır.
- d) **Filo Yönetimi:** Havayolu işletmeleri için filodaki en uygun hava aracının uçuşlara atanması üzerinde çaba gösterilmesi gereken bir problemdir (Barnhart vd., 2009). Bu anlamda, filo yönetimi, hem hedeflenen hizmet kalitesinin sağlanması hem karlı operasyonlar için oldukça kritik öneme sahiptir (Khoo ve Teoh, 2014). Bu anlamda belirsizlik yaratan farklı koşullarda filo planlama süreçlerinin etkinliğinin sağlanmasına dair bir çok çalışma bulunmaktadır (Sherali ve Zhu, 2008; Yan vd., 2008; Lohatepanont ve Barnhart, 2004, Khoo ve Teoh, 2014). Bahsedilen çalışmalarda; filo ile ekip, hat ve talep eşleştirmelerine en etkin çözümler birtakım matematiksel modeller ile aranmaktadır.
- e) **Network Planlama:** Havayolu işletmelerinin yeterli talep düzeyinin olduğu pazarlara, talebin olduğu zaman dilimlerinde, uygun miktarda uçuş sunmaları gerekmektedir. Network geliştirme tarife oluşturma (nerelere, ne zaman uçulacağı) ve filo atamasını içermektedir. Bu anlamda, doğru bir uçuş networkünün oluşturulması gelirle üzerinde etkili olmaktadır (Caetano vd., 2017). Bu kapsamda geliştirilen modeller ile gelirleri maksimize edecek şekilde hatların ve uçuş frekanslarının belirlenmesine yönelik matematiksel karar verme modelleri üzerinde alanyazında çalışılmaktadır (Yan ve Wang, 2010).

Günümüzde havayolu işletmelerinin yakıt, uçuş hatları, filo, bakım ve network gibi alanlarda elde ettiği büyük veriler yöneylem çalışmalarının yanı sıra YZ-MÖ ile araştırma yapmayı da mümkün hale getirmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Akademik alanda havayolunun yukarıda bahsedilen problemlerinin (yakıt yönetimi, ekip planlama, gelir yönetimi/fiyatlamaya, filo yönetimi ve network gelişimi) yöneylem kapsamında çok fazla incelenmiştir. Diğer yandan, yöneylem araçları ile cevap aranmaya çalışılan her problem aynı zamanda YZ uygulamaları ile incelenebilen problemlerdir. Bu çalışmada nispeten yeni ve giderek ilgi yaratan bir alan olan YZ uygulamalarının hangi havayolu problemlerine uygulandığı anlaşılmasına çalışılacaktır. Bu kapsamda, Business Source Complete, IEEE Xplore Digital Library, Scopus, Jstor Journals, EBSCOHOST, Science Direct ve Academic Search Complete veri tabanlarında yer alan çalışmalar bir doküman taramasından geçirilmiştir. Araştırma sürecinde YZ-MÖ'nün kullanıldığı ve havayolu taşımacılığı sektörünü konu alan araştırmalar tespit edilmiştir. İncelenen çalışmaların araştırma soruları ve kullanılan algoritmaları görmeyi kolaylaştıracak bir sınıflandırma formu kullanılmıştır.

4.1.Bulgular

Çalışma kapsamında 34 adet araştırma incelenmiştir. İncelenen çalışmaların 2004-2018 yılları arasında kapsadığı görülmektedir. Havayolu taşımacılığı ile ilgili problemleri MÖ algoritmaları ile inceleyen çalışmaların özellikle son yıllarda artış gösterdiği görülmüştür. İncelenen çalışmaların önemli bir bölümünün 2018 yılında (%32'si) yapılmıştır. Diğer yandan, incelenen 34 çalışma içerisinde MÖ tekniği olarak en çok gözetimli öğrenme (%61'i) tercih edilmiştir.

Tablo 3: İncelenen Çalışmalarda Yıllara Göre Kullanılan Algoritmalar

| | 2002 | 2004 | 2009 | 2010 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Gözetimli Öğrenme | | | 1 | | 1 | | 2 | 1 | 3 | 3 | 8 |
| Gözetimsiz Öğrenme | | 1 | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Pekiştirmeli Öğrenme | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 2 |
| Toplam | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 5 | 11 |

İncelenen çalışmalardan on dokuz âdeti gözetimli öğrenme ile yapılmıştır. Bu çalışmaların dokuzunda Destek Vektör Makineleri Algoritması kullanılmıştır. Diğer gözetimli öğrenme çalışmalarında ise çeşitli algoritmalar (Rasgele Orman, Gradyen Güçlendirme, Yapay Sinir Ağları, Regresyon Ağacı Modellemesi, Multinomial Logit (MNL), Bulanık Mantık) kullanılmıştır. Diğer yandan, altı adet gözetimsiz öğrenme çalışması incelendiğinde belirgin bir algoritmanın baskın olmadığı görülmektedir. Bunlara ek olarak dokuz adet pekiştirmeli öğrenme çalışmasının dördünde Q-Öğrenme algoritması kullanılmıştır. Geri kalan pekiştirmeli öğrenme çalışmalarında ise çeşitli algoritmaların (SARSA, P-Öğrenme, Monte Carlo Öğrenme, Otomatik Nesne Tespit, Thompson Örnekleme) kullanıldığı görülmüştür.

Tablo 4 İncelenen Çalışmalarda Kullanılan MÖ Algoritmaları

| Gözetimli Öğrenme | Sıklık | Gözetimsiz Öğrenme | Sıklık | Pekiştirmeli Öğrenme | Sıklık |
|----------------------|--------|-----------------------|--------|------------------------------------|--------|
| Dispeç Güvenilirliği | 4 | Dispeç Güvenilirliği | 1 | Dispeç Güvenilirliği | 2 |
| Güvenlik | 1 | Uçuş Emniyeti | 2 | Güvenlik | 1 |
| Müşteri Davranışları | 5 | Havaaracı Verimliliği | 2 | Talep Tahmini | 1 |
| Ekip Planlama | 1 | Ekip Planlama | 1 | Havayolu fiyatlama/ Gelir yönetimi | 4 |
| İnsan Kaynakları | 1 | | | Havaaracı Verimliliği | 1 |
| Süreç Planlama | 1 | | | Talep Tahmini | 1 |
| Talep Tahmini | 1 | | | | |
| Uçuş Emniyeti | 4 | | | | |

İncelenen çalışmaların havayolu sektörünün hangi problemlerine yönelik olduğu değerlendirilmiştir. Buna göre, yapılan çalışmalar en çok dispeç güvenilirliğine yöneliktir. Genel olarak tarifede belirtilen saatlere göre kalkış yapabilmeyi ifade eden dispeç güvenilirliğinin sağlanması havayolu işletmelerinin verimlilik, müşteri memnuniyeti ve gecikmelerden kaynaklanan maliyetlerin önlenmesi adına önem verilen bir konudur (Fan vd. 2014). Bu kapsamda yapılan MÖ uygulamalarının en fazla kalkış-varış performansının ve gecikmelerin öngörülmesine yönelik çalışmalar olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmaların önemli bir bölümü gözetimli öğrenme algoritmaları kullanılmıştır. Dispeç güvenilirliği ile ilgili çalışmalarda kullanılan gözetimli algoritmalar genellikle regresyon temelli karar ağaçları ve rasgele orman algoritmaları şeklindedir.

Tablo 5. Dispeç Güvenilirliği İle İlgili Çalışmaların Kapsamı

| Konu | MÖ Tipi | MÖ Algoritması |
|--|----------------------|---|
| Havaaraçlarının varış zamanlarının ön görülmesi. | Gözetimli Öğrenme | Rasgele Orman |
| Zamanında kalkış ve varış performansının tahmin edilmesi. | Gözetimli Öğrenme | Rasgele Orman, Ekstra-Ağaç Regresyonu (Extra-Trees Regressor), Gradyen Güçlendirme, Çok Katmanlı Algılayıcı (Multilayer Perceptron (MLP)) |
| Zamanında kalkış ve varış performansının tahmin edilmesi. | Gözetimli Öğrenme | Gradyen Güçlendirme, Ekstra-Ağaç Regresyonu (Extra-Trees Regressor) |
| Havaaracıdan kaynaklanan gecikmelerin öngörülmesi, havaaracı bileşenlerine dair bakım incelemelerini temel alan gecikme analizi. | Gözetimli Öğrenme | Regresyon Ağacı Modellemesi |
| Gecikme tiplerinin sınıflandırılması. | Gözetimsiz Öğrenme | Apriori Algoritması |
| Taksi Sürelerinin kısaltılması. | Pekiştirmeli Öğrenme | Eşzamanlı Pertürbasyon Stokastik Yaklaşım (SPSA) |
| Dispeç güvenilirlik düzeyinin analizi. | Pekiştirmeli Öğrenme | Monte Carlo Öğrenme |

Havayolu işletmeleri için uçuş emniyeti önemli bir hizmet bileşeni olarak kabul edilmektedir (Elliott & Roach, 1993; Lambert & Luiz, 2011). Yapılan çalışmaların uçuş emniyeti ile ilgili belirli bir odağı bulunmamaktadır. Çalışmaların konuları; uçuşun çeşitli aşamalarının gerçekleştirildiği bölgelerde çevresel risklerin öngörülmesi, pilotların emniyet odaklı davranışlarının ve olağandışı durumlarda karar verme eğilimlerinin öngörülmesi şeklindedir. Uçuş emniyeti ile ilgili çalışmaların gözetimli ve gözetimsiz algoritmaları tercih ettiği, pekiştirmeli öğrenmeye yer vermedikleri görülmektedir.

Tablo 6. Uçuş Emniyeti İle İlgili Çalışmaların Kapsamı

| Konu | MÖ Tipi | MÖ Algoritması |
|--|--------------------|--|
| ASRS ve ASAP veri tabanlarının incelenerek kaza/kırım nedenlerinin sınıflandırılması. | Gözetimli Öğrenme | Destek vektör makineleri (Support Vector Machines) |
| Pilotların beklenmedik olaylara tepkileri, elektroensefalografik sinyallerin pilotların performansını geliştirmek için kullanılması. | Gözetimli Öğrenme | K-En Yakın Komşu Algoritması, Destek Vektör Makineleri (Support Vector Machines), Rastgele Karar Ağaçları, Yapay Sinir Ağları, Doğrusal ve Radyal Temelli Kernel Fonksiyonları |
| Türbülanslı sahaların öngörülmesi | Gözetimli Öğrenme | Rasgele Orman (random forest) |
| Uçuşun iniş aşamasında oluşan sıradışı durumların incelenmesi | Gözetimli Öğrenme | Destek vektör makineleri (Support Vector Machines) |
| Değişik seviyelerdeki yorgunluğun ve iş yükünün pilotun performans ve psikolojik tepkileri üzerindeki etkilerinin eş zamanlı olarak tespiti. | Gözetimsiz Öğrenme | Kümeleme |
| Olağandışı durumların yönetilmesi ve karar vermenin etkinleştirilmesi. | Gözetimsiz Öğrenme | Parçacık Sürüşü Optimizasyon Algoritması |
| Olağandışı durumların yönetilmesi ve karar vermenin etkinleştirilmesi | Gözetimsiz Öğrenme | Parçacık Sürüşü Optimizasyon Algoritması |

Müşteri davranışlarının tespit edilerek havayolu hizmetinin uyarlanması havayolu işletmelerinin performansı için önemlidir (Shaw, 2007; Belobaba vd., 2009). İncelenen çalışmalarda havayolu müşterilerin davranışlarının sınıflandırılmasına ve öngörülmesine çalışıldığı görülmektedir. Bu kapsamda, çalışmaların odağı müşterilerin satın alma süreçlerindeki karar verme davranışları ve hizmeti değerlendirmelerinin anlaşılmasına yönelik olduğu görülmektedir. İncelenen çalışmalarda müşteri davranışlarının anlaşılması için sadece gözetimli öğrenme algoritmaları tercih edildiği görülmektedir. Gözetimli öğrenme kapsamında en çok Destek Vektör Makineleri (Support Vector Machines) algoritmasından faydalanılmıştır.

Tablo 7. Müşteri Davranışları İle İlgili Çalışmaların Kapsamı

| Konu | MÖ Tipi | MÖ Algoritması |
|--|-------------------|--|
| Duygu analizi ile müşterilerin havayolu ulaşımı ile ilgili tutumlarının anlaşılması. | Gözetimli Öğrenme | Destek vektör makineleri (Support Vector Machines) |
| Müşteri tarafından hangi hizmet bileşenlerinin değerlendirildiğinin anlaşılması. | Gözetimli Öğrenme | Destek vektör makineleri (Support Vector Machines) |
| Müşterilerin uçuş seçim sürecinde karar vermelerini etkileyen unsurların anlaşılması. | Gözetimli Öğrenme | "Multinomial Logit (MNL)" |
| Müşteri davranışları/Pazar Bölümleme (Satın alma aşamasında müşteri tercihleri ve satın alma kararının nasıl verildiğinin anlaşılması) | Gözetimli Öğrenme | Destek vektör makineleri (Support Vector Machines) |
| Müşteri davranışları/Pazar Bölümleme (Satın alma aşamasında müşteri tercihleri ve satın alma kararının nasıl verildiğinin anlaşılması) | Gözetimli Öğrenme | Destek vektör makineleri (Support Vector Machines) |

Talebin çok değişken olduğu havayolu taşımacılığı sektöründe dinamik bir fiyatlandırma politikasını uygulayabilmek gelir yönetiminin başarısı için önemlidir. Bu nedenle, talep düzeyi ile eşleşen ve aynı zamanda

kapasitenin en yüksek gelir seviyesi ile kullanılmasını sağlayacak fiyatların belirlenmesi gerekmektedir (Burger ve Fuchs, 2005; Chen, vd., 2010) Bu bağlamda, incelenen çalışmaların doğru fiyatlandırmanın yapılması ve gelir yönetiminin etkinleştirilmesine yönelik olduğu görülmüştür. Diğer yandan, gelir yönetimi ve fiyatlandırma ile ilgili MÖ uygulamaları daha çok pekiştirmeli öğrenme algoritmaları ile yapılmıştır. Pekiştirmeli öğrenme kapsamında en çok Q-Öğrenme algoritmasından faydalanılmıştır.

Tablo 8. Gelir Yönetimi İle İlgili Çalışmaların Kapsamı

| Konu | MÖ Tipi | MÖ Algoritması |
|--|----------------------|---|
| Talebin belirsiz olduğu durumda gelir yönetiminin etkinleştirilmesi. | Pekiştirmeli Öğrenme | Thompson Örnekleme |
| Dinamik fiyatlandırma için çözüm üretimi. | Pekiştirmeli Öğrenme | SARSA, Q-learning, Monte Carlo Learning |
| Gelirleri maksimize edecek fiyatlandırma politikasının belirlenmesi. | Pekiştirmeli Öğrenme | Q-Öğrenme |
| Gelirleri maksimize edecek fiyatlandırma politikasının belirlenmesi. | Pekiştirmeli Öğrenme | Q-Öğrenme, P-Öğrenme |
| Kısıtlar gözönüne alarak en uygun fiyatların öngörülmesi, gelirlerin maksimize edilmesi. | Pekiştirmeli Öğrenme | Q-Öğrenme |

Talebin ve fiyatın belirlenmesine dair çalışmaların yanı sıra incelenen çalışmalarda MÖ ile ekip, yakıt ve hava aracı verimliliğini artırmaya yönelik uygulamalar bulunmaktadır. Ayrıca, havacılık güvenliğini sağlamaya yönelik sabotaj potansiyeline sahip yolcuları tespit edecek algoritmalar üzerinde çalışılmıştır.

SONUÇ

Günümüzde örgütler mal ve hizmet üretmenin yanı sıra çok miktarda veri üreten yapılar haline gelmişlerdir. Örgütler, çeşitli süreçlerine dair büyük miktarda veriler üretirken aynı zamanda stratejik karar verme aşamalarının birçoğunda veri ekosisteminin içerisinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu ekosistem müşterilerin ve rakiplerin davranışlarına, sektörel ve ekonomik göstergelere dair verilerden oluşmaktadır. Ayrıca, bu ekosistem anbean büyümektedir. Bu anlamda, bahsedilen miktarda veriyi sürekli olarak değerlendirerek, yorumlayabilecek araçları kullanabilmek önemli bir üstünlük olarak değerlendirilmektedir.

1950’li yıllardan itibaren üzerinde çalışılan, YZ’nin bir uygulaması olan MÖ’nün gelişimi 2000 yıllarda bilgisayarların performanslarındaki artış ile ivme kazanmıştır. Ayrıca bu ivmenin nedenlerinden birisi de Facebook, Google, Baidu ve Microsoft gibi teknoloji örgütlerinin bu alandaki artan ar-ge yatırımlarıdır (Boelaert & Ollion, 2018). Böylece, MÖ’den faydalanan yeni teknolojiler farklı sektörlerde kullanılmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır.

Birçok farklı sektör gibi ulaştırma sektöründe de verimlilik oldukça ön plandadır. Verimliliğin sağlanabilmesi çoğu zamanda operasyonel etkinliklerin sağlanmasına bağlıdır. Ayrıca, rekabetin yoğun olması havayolu işletmelerinin bütün süreçlerinin verimliliğini oldukça kritik bir noktaya çekmektedir. Nitekim, Uluslararası Hava Ulaştırma Birliği (International Air Transportation Association-IATA) havayolu taşımacılığı sektöründe MÖ’nün öncelikli uygulama alanlarını “müşteri ile ilgili süreçler”, “operasyonel yetenekler”, “destek ve yönetsel yetenekler” olarak tanımlamaktadır (IATA, 2018: 13). Bahsedilen alanlarda çözüm üretmek üzere yöneylem araştırması kapsamında bir çok çalışma yapılmıştır. Diğer yandan, bu araştırma kapsamında MÖ ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bahsedilen alanlarda operasyonel yetenekler üzerinde oldukça fazla durulduğu görülmüştür. MÖ’nün gözetimli algoritmalarından faydalanarak havayolu işletmelerinin gecikmelerinin yapısını incelemek, öngörmek ve nedenlerini sınıflandırmak için kullanılabilirdiği anlaşılmaktadır. Gecikmelerin incelenmesinin yanı sıra bir diğer kritik operasyonel nitelik olan uçuş emniyeti alanında da MÖ’den faydalanabileceği incelenen çalışmalardan anlaşılmaktadır. Elde edilen sonuçlar; uçuş planlarının emniyet odaklı tasarlanması, olağandışı durumlara verilecek ekip tepkilerinin öngörülmesi ve kaza-kırımların nedenlerinin incelenmesi gibi geniş bir kapsamda MÖ’nün kullanılabilirliğini ortaya koymuştur.

IATA tarafından da belirtildiği gibi MÖ’nün havayolu taşımacılığı sektöründe kullanılabilirdiği bir diğer alan olan müşteri ile ilgili süreçlerde de akademik ilginin mevcut olduğu görülmektedir. Nitekim; satın alma, hizmet kalitesini değerlendirme, müşteri profili belirleme gibi alanlarda MÖ’nün uygulanabileceği görülmüştür. Buna ilave olarak, fiyatlandırma ve gelir yönetimi alanında özellikle pekiştirmeli öğrenme algoritmalarının tercih edilerek MÖ’nün uygulanabileceğini göstermiştir. Bu alanda, özellikle Destek Vektör Makineleri Algoritması’nın geniş bir uygulama alanı bulduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen otuz dört çalışmadan sadece biri (Kocak & Polat, 2016) Türkiye’deki alanyazına aittir. Bu durum, önemli bir uygulama alanına sahip olan MÖ’nün ülkemizde havayolu işletmeleri ile ilgili çalışmalarda yeterli ilgiyi görmediğini de ortaya koymaktadır. Elde edilecek veri setleri ile uçuş emniyet, gelir yönetimi, gecikme ve müşteri davranışı ile ilgili konularda özgün çalışmalar yapılarak hem yerli alanyazına hem de havayolu sektörüne katkı sağlanacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca, ülkemizde 2003 yılından itibaren tüm ulaştırma sektörlerinin yeniden yapılandırılması ile ilgili devlet politikalarının uygulandığı görülmektedir. MÖ ile yapılacak çalışmalar ile pazar büyüklüklerinin, ulaştırma düğümlerinin, filo büyüklüklerinin, liman ve havalimanları konum ve büyüklüklerinin belirlenmesinde fayda elde edilebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abhijit, G. (2004). A Reinforcement Learning Algorithm Based on Policy Iteration for Average Reward: Empirical Results with Yield Management and Convergence Analysis. *Machine Learning*, 55(1), 5-29.
- Achenbach, A., & Spinler, S. (2018). Prescriptive Analytics in Airline Operations: Arrival time prediction and cost index optimization for short-haul flights. *Operations Research Perspectives*, 5, 265-279.
- Al-Tabbakh, S. M., Mohamed, H. M., & El-Zahed, H. (2018). Machine Learning Techniques For Analysis Of Egyptian Flight Delay. *International Journal of Data Mining & Knowledge Management Process (IJDKP)*, 8(3), 1-14.
- Amnur, H. (2017). Customer Relationship Management and Machine Learning. *International Journal of Informatics Visualization*, 1(1), 12-15.
- Andronie, M. (2015). Airline Applications of Business Intelligence Systems. *INCAS*, 7(3), 153-160.
- Aoun, O., Sarhani, M., & El Afia, A. (2016). Investigation of hidden markov model for the tuning of metaheuristics in airline scheduling problems. *IFAC PapersOnLine.*, 49, 347-352.
- Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük Veri Analizinde Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172.
- AU Department of Transport. (1998). *Advanced Technology Aircraft Safety Survey Report*. Canberra: Secretary of the Department of Transport and Regional Development .
- Aytug, H., Bhattacharyya, S., Koehler, G., & Snowdon, J. (1994). A review of machine learning in scheduling. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 41(2), 165-171.
- Azoff, M. (2015). *Machine Learning in Business Use Cases: Artificial intelligence solutions that can be applied today*. London: OVUM.
- Badea, L. M. (2014). Predicting Consumer Behavior with Artificial Neural Networks. *Procedia Economics and Finance*, 15, 238-246.
- Bai, Y., Sun, Z., Deng, J., Li, L., Long, J., & Li, C. (2018). Manufacturing Quality Prediction Using Intelligent Learning Approaches: A Comparative Study. *Sustainability*, 10(1), 1-15.
- Balakrishna, P., Ganesan, R., & Sherry, L. A. (2010). Accuracy of reinforcement learning algorithms for predicting aircraft taxi-out times: A case-study of Tampa Bay departures. *Transportation Research: Part C.*, 18(6), 950-962.
- Balakrishna P, Ganesan R, Sherry L. Accuracy of reinforcement learning algorithms for predicting aircraft taxi-out times: A case-study of Tampa Bay departures. *Transportation Research: Part C.*, 18(6), 950-962.
- Barnhart, C., & Cohn, A. (2004). Airline Schedule Planning: Accomplishments and Opportunities. *Manufacturing and Service Operations Management*, 6(1), 3-22.
- Barnhart, C., Farahat, A., & Lohatepanont, M. (2009). Airline Fleet Assignment with Enhanced Revenue Modeling. *Airline Operations Research*, 57(1), 231-244.
- Barnhart, C., Farahat, A., & Lohatepanont, M. (2009). AiOperations Research, 57(1), 231-244.
- Bartosz, B., Dariusz, M., & Krzysztof, A. C. (2018). A Machine Learning Approach to the Detection of Pilot's Reaction to Unexpected Events Based on EEG Signals. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2, 1-9.
- Bayoumi, A. E.-M., Saleh, M., Atiya, A., & Aziz, H. A. (2013). Dynamic Pricing for Hotel Revenue Management Using Price Multipliers. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 12(3), 271-285.
- Belkin, V. A. (2017). On the Issue of Aircraft Maintenance Process Optimization on the Criterion of Minimum Fuel Consumption. *Naučnyj Vestnik MGTU GA*, 20(1), 61-68.
- Belobaba, P. (2016). Airline Operating Costs and Measures of Productivity. P. Belobaba, A. Odoni, & C. Barnhart içinde, *The Global Airline Industry* (s. 146-158). Noida, India: John Wiley & Sons.
- Belobaba, P. P. (1987). Airline Yield Management. An Overview of Seat Inventory Control. *Transportation Science*, 21(2), 63-73.
- Belobaba, P. P., & Farkas, A. (1999). Yield management impacts on airline spill estimation. *Transportation Science*, 33(2), 217-232.
- Belobaba, P., Odoni, A., & Barnhart, C. (2009). *The Global Airline Industry*. Wiltshire: John Wiley & Sons.
- Bhatnagar, R. (2018). Machine Learning and Big Data Processing: A Technological Perspective and Review. M. F. Aboul Ella Hassanien içinde, *The International Conference on Advanced Machine Learning Technologies and Applications (AMLTA2018)* (s. 468-478). Cham: Springer.
- Boelaert, J., & Ollion, É. (2018). The Great Regression. *Revue française de sociologie*, 3(59), 216-246.
- Bramer, L. M., Chatterjee, S., Holmes, A. E., Robinson, S. M., Bradley, S. F., & Webb-Robertson, B.-J. M. (2015). A Machine Learning Approach for Business Intelligence Analysis using Commercial Shipping Transaction Data. *The 11th International Conference on Data Mining (DMIN 2015)* (s. 162-167). Las Vegas, Nevada: Pacific Northwest National Lab. .
- Buchanan, B. (2005). A (very) Brief History of Artificial Intelligence. *AI Magazine*, Winter, 53-60.
- Bude, G., Hoogenboom, L., Kastrop, W., Reniers, N., & Frasinca, F. (2018). Predicting User Flight Preferences in an Airline E-Shop. *Web Engineering*, 2018, 245-260.
- Burger, B., & Fuchs, M. (2005). Dynamic pricing-A future airline. *Journal of Revenue & Pricing Management*, 4(1), 39-53.
- Caetano, D. J., Dionisio, N., & Gualda, F. (2017). Daniel Jorge An exact model for airline flight network optimization based on transport momentum and aircraft load factor. Daniel Jorge Caetano, Nicolau Dionisio Fares Gualda. An exact model for airline flight network optimization. *Transportes*, 25(4), 14-26.

- Chen, S., Gallego, G., Z.F.Li, M., & Lin, B. (2010). Optimal seat allocation for two-flight problems with a flexible demand segment. *European Journal of Operational Research*, 201(3), 897-908.
- Chiu, C., Chiu, N. H., & Hsu, C. I. (2004). Intelligent aircraft maintenance support system using genetic algorithms and case-based reasoning. *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 24(5), Chiu, C & Chiu, N.-H & Hsu, C.-I. (2004). Intelligent aircraft maintenance support system using genetic algorithms and case-ba440-446.
- Cioca, M., Ghete, A. I., Cioca, L.-I., & Gîfu, D. (2013). Machine Learning and Creative Methods Used to Classify Customers in a CRM Systems. *Applied Mechanics and Materials*, 317, 769-773.
- Collins, A., & Thomas, L. (2012). Comparing reinforcement learning approaches for solving game theoretic models: a dynamic airline pricing game example. A Collins, L Thomas. Comparing reinforcement learning approaches for solving game theoretic models: aThe Journal of the Operational Research Society, 63(8), 1165-1173.
- Collins, A., & Thomas, L. (2013). Learning competitive dynamic airline pricing under different customer models. *Journal of Revenue & Pricing Management*, 12(5), 416-430.
- Coughlan, J. (1999). Airline overbooking in the multi-class case. *Journal of the Operational Research Society*, 50(11), 1098-1103.
- Dasgupta, A., & Nath, A. (2016). Classification of Machine Learning Algorithms. *International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering (IJIRAE)*, 3(3), 6-11.
- Dattaram, B. A., & Madhusudanan, N. (2016). Delay Prediction of Aircrafts Based on Health Monitoring Data. *International Journal of Business Analytics & Intelligence*, 4(1), Dattaram BA, Madhusudanan N. Delay Prediction of Aircrafts Based on Health Monito29-37.
- Delahaye, T., Acuna-Agost, R., Bondoux, N., Nguyen, A., & Boudia, M. (2017). Data-driven models for itinerary preferences of air travelers and application for dynamic pricing optimization. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 16(6), 621-639.
- Deloitte. (2017). Business impacts of machine learning. Sydney: Deloitte.
- Doganis, R. (2006). *The airline business*. London: Routledge.
- Dullaghan, C., & Rozaki, E. (2017). Integration of Machine Learning Techniques to Evaluate Dynamic Customer Segmentation Analysis for Mobile Customers. *International Journal of Data Mining & Knowledge Management Process*, 7(1), 13-24.
- Elliott, K. M., & Roach, D. W. (1993). Service Quality in the Airline Industry: Are Carriers Getting an Unbiased Evaluation from Consumers? *Journal of Professional Services Marketing*, 9(2), 71-82.
- Emtiya, S., & Keyvanpour, M. R. (2011). Customers Behavior Modeling by Semi-Supervised Learning in Customer Relationship Management. *Advances in Information Sciences and Service Sciences*, 3(9), 229-236.
- Escoba, C. A., & Morales-Menendez, R. (2018). Machine learning techniques for quality control in high conformance manufacturing environment. *Advances in Mechanical Engineering*, 10(2), 1-16.
- Fan, J., Jiao, J., & Zhao, T. (2014). Dispatch Reliability of Civil Aviation Simulation Based on Generalized Stochastic Petri Nets (GSPN). 10th International Conference on Reliability, Maintainability and Safety (s. 1033-1038). Guangzhou: IEEE.
- Ferreira, K. J., Simchi-Levi, D., & Wang, H. (2018.). Online Network Revenue Management Using Thompson Sampling. Ferreira, Kris Johnson, David Simchi-Levi, and He Wang. 2018. "Online NetOperations Research, 50(6), 1586-1602.
- Financial Stability Board. (2017). Artificial intelligence and machine learning in financial services: Market developments and financial stability implications. Basel: Financial Stability Board.
- Finlay, S. (2017). *Artificial Intelligence and Machine Learning for Business: A No-Nonsense Guide to Data Driven Technologies*. Lancashire: Relativistic Books.
- Florez-Lopez, R., & Ramon-Jeronimo, J. M. (2009). Marketing Segmentation Through Machine Learning Models: An Approach Based on Customer Relationship Management and Customer Profitability Accounting. *Social Science Computer Review*, 27(1), 96-117.
- Gan, X.-S., Yang, C., & Duanmu, J.-S. (2014). Information-Applied Technology in Neural Network Prediction Model of Aviation Unsafe Event Based on PSO Algorithm with Gradient Acceleration. *Advanced Materials Research*, 952, 303-306.
- Géron, A. (2017). *Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn: Concepts, Tools, and Techniques to Build Intelligent Systems*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Gittinger, J. M., Suknot, A. N., Jimenez, E. S., Spaulding, T. W., & Wenrich, S. A. (2018). Passenger baggage object database. *AIP Conference Proceedings*, 1949, 1-6.
- Gosavi, A. (2004). A Reinforcement Learning Algorithm Based on Policy Iteration for Average Reward: Empirical Results with Yield Management and Convergence Analysis. *Machine Learning*, 55(1), 5-29.
- Gosavi, A., Bandla, N., & Das, T. K. (2002). A reinforcement learning approach to a single leg airline revenue management problem with multiple fare classes and overbooking. *IIE Transactions*, 34(9), 729-742.
- Grau, M. M., Tajtakova, M., Tajtakova, M., & D.Arias-Aranda. (2009). Machine learning methods for the market segmentation of the performing arts audiences. *International Journal of Business Environment*, 2(3), 356 - 375.
- Gyulai, D., Kádár, B., & Monostori, L. (2014). Capacity Planning and Resource Allocation in Assembly Systems Consisting of Dedicated and Reconfigurable Lines. *Procedia CIRP*, 25, 185-191.

- Hansman, R. (2005). The Impact of Information Technologies on Air Transportation. 43rd AIAA Aerospace Sciences Meeting and Exhibit (s. 1-12). Nevada: AIAA.
- Homaie-Shandizi, A.-H., Nia, V. P., Gamache, M., & Agard, B. (2016). Flight deck crew reserve: From data to forecasting. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 50, 106-114.
- Hurwitz, J., & Kirsch, D. (2018). *Machine Learning*. Hoboken, N: John Wiley & Sons.
- IATA. (2018). *AI in Aviation*. Montreal : IATA.
- Kamthania, D., Pahwa, A., & Madhavan, S. S. (2018). Market Segmentation Analysis and Visualization Using K-Mode Clustering Algorithm for E-Commerce Business. *Journal of Computing and Information Technology*, 26(1), 57-68.
- Khoo, H. L., & Teoh, L. E. (2014). An optimal aircraft fleet management decision model under uncertainty. *Khoo, H. L., & Teoh, L. E. (2014). An optimal aircraft fle**Journal of Advanced Transportation*, 48(7), 798–820.
- Kocak, B. B., & Polat, I. K. (2016). Twitter Kullanıcılarının Havayolu Pazarına Yönelik Duygu Kutuplarının Belirlenmesi: Bir Fikir Madenciliği Örneği. *PressAcademia*, 2(1), 684-691.
- Lambert, A., & Luiz, J. (2011). Passenger service quality expectations as perceived by long haul airline managers in South Africa. *African journal of business management*, 529(29), 11662-11675.
- Lautenbacher, C. J., & Stidham, S. (1999). Underlying Markov decision process in the single-leg airline yield-management problem. *Transportation Science*, 33(2), 136–146.
- Lee, J., & Mo, J. (2011). Analysis of Technological Innovation and Environmental Performance Improvement in Aviation Sector. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3777-3795.
- Legrand, K., Puechmorel, S., & Daniel Delahaye, Y. Z. (2018). Robust Aircraft Optimal Trajectory in the Presence of Wind. *IEEE Aerospace and Electronic Systems Magazine, Aerospace and Electronic Systems Magazine, IEEE, IEEE Aerosp. Electron. Syst. Mag*, 11, 30-39.
- Lheritier, A., Bocamazo, M., Delahaye, T., & Acuna-Agost, R. (2018). Airline itinerary choice modeling using machine learning. *Journal of Choice Modelling*, DOI: 10.1016/j.jocm.2018.02.002. '.
- Lohatepanont, M., & Barnhart, C. (2004). Airline schedule planning: integrated models and algorithms for schedule design and fleet assignment. *Transportation Science*, 38(1), Lohatepanont M, Barnhart C (2004) Airline schedule planning: integrated19–32.
- Lu, Z., Liang, X. Z., & Zhou, J. (2017). Markov process based time limited dispatch analysis with constraints of both dispatch reliability and average safety levels. *Reliability Engineering & System Safety*, 167, 84-94.
- M., S., Deokar A., V., & Janze, C. (2018). Disentangling consumer recommendations: Explaining and predicting airline recommendations based on online reviews. *Decision Support Systems*, 107, 52-63.
- Mei, A. v., & Doomernik, J.-P. (2017). Artificial intelligence potential in power distribution system planning. *CIREC - Open Access Proceedings Journal*, 2017, 2115-2117.
- Min, H. (2010). Artificial intelligence in supply chain management: Theory and applications. *International Journal of Logistics*, 13(1), 13-39.
- Ming, W., Bao, Y., Hu, Z., & Xiong, T. (2014). Multistep-Ahead Air Passengers Traffic Prediction with Hybrid ARIMA-SVMs Models. *The Scientific World Journal*, 2014, 1-14.
- Müller, H., Bosse, S., & Turowski, K. (2018). Capacity Management as a Service for Enterprise Standard Software. *Complex Systems Informatics and Modeling Quarterly*, 74(13), 1–21.
- Narahari, Y., Raju, C., Ravikumar, K., & Shah, S. (2005). Dynamic pricing models for electronic business. *Sadhana*, 30(2), 231-256.
- Nash, B. (1981). A Simplified Alternative to Current Airline Fuel Allocation Models. *Interfaces*, 11(1), 1-9.
- Naumann, M., & Suhl, L. (2013). How does fuel price uncertainty affect strategic airline planning? *Operational Research*, 13(3), 343–362.
- Odoni, A. (2009). The International Institutional and Regulatory Environment. P. Belobaba, A. Odoni, & C. Barnhart içinde, *The Global Airline Industry* (s. Odoni, A. (2009). The International Institutional and Regulatory Environment. In *The Global Airline Industry* (eds P. Belobaba, A. Odoni and C. Barnhart)). 19-46: John Wiley & Sons.
- Oza, N., & Castle, J. S. (2009). Classification of Aeronautics System Health and Safety Documents. *Classification of Aeronautics System Health and Safety Documents*, 39(6), 670-680.
- Prabakaran, N., & Kannadasan, R. (2018). Airline Delay Predictions using Supervised Machine Learning. *Prabakaran. N; Rajendran International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(7), 329-337.
- Punnoose, R., & Ajit, P. (2016). Prediction of Employee Turnover in Organizations using Machine Learning Algorithms. *International Journal of Advanced Resea*, 5(9), 22-26.
- Rana, R., & Oliveira F., S. (2014). Real-time dynamic pricing in a non-stationary environment using model-free reinforcement learning. *Omega*, 47, 116-126.
- Raschka, S., & Mirjalili, V. (2017). *Python Machine Learning: Machine Learning and Deep Learning*. Birmingham: Packt Publishing.
- Rauf, K., Nyor, N., Kanu, R. U., & Omolehin, J. O. (2016). An Airline Crew Scheduling for Optimality. *International Journal of Mathematics & Computer Science*, 11(2), 187-198.
- Ravnik, R., Solina, F., & Zabkar, e. (2014). Modelling In-Store Consumer Behaviour Using Machine Learning and Digital Signage Audience Measurement Data. *VAAM(8811)*, 123-133.

- Rosenberg, N., Thompson, A., & Belsley, S. E. (1978). *Technological Change and Productivity Growth in the Air Transport Industry*. Springfield: NASA.
- Rubin, J. A. (1973). Technique for the Solution of Massive Set Covering Problems, with Application to Airline Crew Scheduling. *Transportation Science*, 7(1), 34-48.
- Sabbeh, S. F. (2018). Machine-Learning Techniques for Customer Retention: A Comparative Study. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 9(2), 273-281.
- Schultz, M., & Reitmann, S. (2018). Consideration of Passenger Interactions for the Prediction of Aircraft Boarding Time. *Aerospace (Basel)*, 5(4), 1-14.
- Serengil, S. I., & Ozpinar, A. (2017). Workforce Optimization for Bank Operation Centers: A Machine Learning Approach. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 4(6), 81-87.
- Shaw, S. (2007). *Airline marketing and management*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Sherali, H., & Zhu, X. (2008). Two-stage fleet assignment model considering stochastic demands. *Operation Research*, 56(2), 383-399.
- Shin, C. K., & Park, S. C. (2000). A machine learning approach to yield management in semiconductor manufacturing. *International Journal of Production Research*, 38(17), 4261-4271.
- Smart, E., Brown, D., & Denman, J. (2012). A two-phase method of detecting abnormalities in aircraft flight data and ranking their impact on individual flights. *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*, 13(3), 1253-1265.
- Song, C., Guan, X., Zhao, Q., & Ho, Y.-C. (2005). Machine Learning Approach for Determining Feasible Plans of a Remanufacturing System. *IEEE Transactions on Automation Science and Engineering*, 2(3), 262-275.
- Spedicat, G. A., Dutang, C., & Petrini, L. (2018). Machine Learning Methods to Perform Pricing Optimization. A Comparison with Standard GLMs. *Variance Advancing the Science Risk*, 12(1), 69-89.
- Srisaeng, P., Baxter, G. S., & Wild, G. (2015). An adaptive neuro-fuzzy inference system for forecasting Australia's domestic low cost carrier passenger demand. *Aviation*, 19(3), 150-163.
- Subramanian, J., Stidham, S., & Lautenbacher, C. J. (1999). Airline Yield Management with Overbooking, Cancellations, and No-Shows. *Transportation Science*, 33(2), 147-168.
- Thiagarajan, B., Srinivasan, L., Sharma, A. V., Sreekanth, D., & Vijayaraghavan, V. (2017). A machine learning approach for prediction of on-time performance of flights. 2017 IEEE/AIAA 36th Digital Avionics Systems Conference (s. 1-6). St. Petersburg: IEEE.
- Thomas, L., Gast, C., Grube, R., & Craig, K. (2015). Fatigue Detection in Commercial Flight Operations: Results Using Physiological Measures. *Procedia Manufacturing*, 3, 2357-2364.
- Tulabandhula, T., & Rudin, C. (2013). Machine Learning with Operational Costs. *Journal of Machine Learning Research*, 14, 1989-2028.
- Vance, P. H., Barnhart, C., Johnson, E. L., & Nemhauser, G. L. (1997). *Airline Crew Scheduling: A New Formulation and Decomposition Algorithm*. Pamela H. Vance, Cynthia Barnhart, Ellis L. Johnson, & George L. Nemhauser. (1Operations Research, 45(2), 188-200.
- Wei, K., & Vikrant, V. (2018). Modeling Crew Itineraries and Delays in the National Air Transportation System. *Transportation Science*, 52(5), 1276-1296.
- Williams, J. K. (2014). Using random forests to diagnose aviation turbulence. *Machine Learning*, 95(1), 51-70.
- Yan, S., & Wang, C.-R. (2010). The planning of aircraft routes and flight frequencies in an airline network operations. *Journal of Advanced Transportation*, 35(1), 33-46.
- Yan, S., Tang, C.-H., & Fu, T.-C. (2008). An airline scheduling model and solution algorithms under stochastic demands. *European Journal of Operational Research*, 190(1), 22-29.
- Yang, H., Lu, W. F., & Lin, A. C. (1992). Intelligent Process Planning Using a Machine Learning Approach. *IFAC Proceedings Volumes*, 25(28), 147-151.
- Yanto, J., & Liem, R. P. (2018). Aircraft fuel burn performance study: A data-enhanced modeling approach. *Transportation Research Part D Transport and Environment*, 65, 574-595.
- Yen, J. W., & Birge, J. R. (2006). A Stochastic Programming Approach to the Airline Crew Scheduling Problem. *Transportation Science*, 40(1), 3-14.
- Yu, G., & Yang, J. (1998). Optimization Applications in the Airline Industry. P. Pardalos içinde, *Handbook of Combinatorial Optimization* (s. 1381-1472). Boston: Springer.
- Zheng, Y., Sheng, W., Sun, X., & Chen, S. (2017). Airline Passenger Profiling Based on Fuzzy Deep Machine Learning. *IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems*, 28(12), "Airline Passenger Profiling Based on Fuzzy Deep Machine Learning," in IEEE Tra2911-2923.
- Zouein, P. P., Abillama, W. R., & Tohme, E. (2002). A Multiple Period Capacitated Inventory Model for Airline Fuel Management: A Case Study. *The Journal of the Operational Research Society*, 53(4), 379-386.

Ek: Havayolu Sektöründe Araştırma Sorularını Makine Öğrenmesi İle İnceleyen Çalışmalar

| Yayın bilgileri | Kullanılan Yöntem | Kullanım Amacı | Yayın bilgileri |
|---|------------------------|---|---|
| (Lu, Liang, & Zhou, 2017) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Monte Carlo Learning" | Dispeç Güvenilirliği (Dispeç güvenilirlik düzeyinin analizinin yapılması) |
| (Achenbach & Spinler, 2018). | "Gözetimli Öğrenme" | "Rasgele Orman" (random forest) | Dispeç güvenilirliği (Havaaraçlarının varış zamanlarının ön görülmesi) |
| (Balakrishna, Ganesan, & Sherry, 2010) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Eşzamanlı Pertürbasyon Stokastik Yaklaşım (SPSA)" | Dispeç Güvenilirliği (Taksi Sürelerinin kısaltılması) |
| (Thiagarajan, Srinivasan, Sharma, Sreekanthan, & Vijayaraghavan, 2017) | "Gözetimli Öğrenme" | "Rasgele Orman" (random forest), "Ekstra-Ağaç Regresyonu", Gradyen Güçlendirme, Çok Katmanlı Algılayıcı (Multilayer Perceptron-MLP) | Dispeç Güvenilirliği (Zamanında kalkış ve varış performansının tahmin edilmesi) |
| (Prabakaran & Kannadasan, 2018) | "Gözetimli Öğrenme" | "Gradyen Güçlendirme", "Ekstra-Ağaç Regresyonu" | Dispeç Güvenilirliği, Gecikme (Gecikmelerin tahmin edilmesi) |
| (Gosavi, Bandla, & Das, 2002) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Q-Öğrenme" | Havayolu fiyatlama/ Gelir yönetimi (Kısıtlar gözönüne alarak en uygun fiyatların öngörülmesi, gelirlerin maksimize edilmesi) |
| (Dattaram & Madhusudanan, 2016) | "Gözetimli Öğrenme" | "Regresyon Ağacı Modellemesi" | Dispeç Güvenilirliği, Gecikme (Havaaracıdan kaynaklanan gecikmelerin öngörülmesi, havaaracı bileşenlerine dair bakım incelemelerini temel alan gecikme analizi) |
| (Wei & Vikrant, 2018) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)", "Yapay sinir ağları" | Ekip Planlama (Ekip planlamanın optimizasyonunun sağlanması) |
| (Aoun, Sarhani, & El Afia, 2016) | "Gözetimsiz Öğrenme" | "Arı Kolonisi Algoritması" | Ekip Planlama (Ekip planlamanın optimizasyonunun sağlanması) |
| (Zheng, Sheng, Sun, & Chen, 2017) | "Gözetimli Öğrenme" | "Pisagor Temelli Bulanık Mantık Derin Boltzmann Makinesi (PFDBM)" | Güvenlik (Havalimanına girişte potansiyel sabotaj profil olan yolcuların normal yolculardan ayrılması) |
| (Gittinger, Suknot, Jimenez, Spaulding, & Wenrich, 2018) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Otomatik nesne tespit algoritmaları" | Güvenlik (Yolcu bagaj görüntülemelerindeki sıradışlıkların tespit edilmesi) |
| (Al-Tabbakh, Mohamed, & El-Zahed, 2018) | "Gözetimsiz Öğrenme" | "Apriori algoritması" | Dispeç Güvenilirliği (gecikme tiplerinin sınıflandırılması) |
| (Chiu, Chiu, & Hsu, 2004) | "Gözetimsiz Öğrenme" | "Genetik Algoritma" | Havaaracı Verimliliği (Yolcular ve ekip için en uygun ışıklandırma düzeyinin sağlanması) |
| (Ferreira, Simchi-Levi, & Wang, 2018.) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Thompson Örnekleme" | Havayolu fiyatlama/ Gelir yönetimi (Talebin belirsiz olduğu durumda gelir yönetiminin etkinleştirilmesi) |
| (Collins & Thomas, Comparing reinforcement learning approaches for solving game theoretic models: a dynamic airline pricing game example, 2012) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "SARSA", "Q-learning", "Monte Carlo Learning" | Havayolu fiyatlama/ Gelir yönetimi (Dinamik fiyatlama için çözüm üretimi) |
| (Rana & Oliveira F., 2014) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Q-Öğrenme" | Havayolu fiyatlama/ Gelir yönetimi (Gelirleri maksimize edecek fiyatlama politikasının belirlenmesi) |
| (Abhijit, 2004). | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "Q-Öğrenme", "P-Öğrenme" | Havayolu fiyatlama/ Gelir yönetimi (Gelirleri maksimize edecek fiyatlama politikasının belirlenmesi) |
| (Kocak & Polat, 2016) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Müşteri Davranışlar (Duygu analizi ile müşterilerin havayolu ulaşımı ile ilgili tutumlarının anlaşılması) |
| (M., Deokar A., & Janze, 2018) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Müşteri Davranışları (Müşteri tarafından hangi hizmet bileşenlerinin değerlendirildiğinin anlaşılması) |

| | | | |
|--|------------------------|--|---|
| (Lheritier, Bocamazo, Delahaye, & Acuna-Agost, 2018) | "Gözetimli öğrenme" | "Multinomial Logit (MNL)" | Müşteri davranışları (Müşterilerin uçuş seçim sürecinde karar vermelerini etkileyen unsurların anlaşılması) |
| (Bude, Hoogenboom, Kastrop, Reniers, & Frasinca, 2018) | "Gözetimli öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Müşteri davranışları/Pazar Bölümleme (Satın alma aşamasında müşteri tercihleri ve satın alma kararının nasıl verildiğinin anlaşılması) |
| (Delahaye, Acuna-Agost, Bondoux, Nguyen, & Boudia, 2017) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Müşteri davranışları/Pazar Bölümleme (Satın alma aşamasında müşteri tercihleri ve satın alma kararının nasıl verildiğinin anlaşılması) |
| (Homaie-Shandizi, Nia, Gamache, & Agard, 2016) | "Gözetimli Öğrenme" | "Karar ağaçları" | Pilot Kaynağının Planlanması (Pilot kaynağının sürekliliğinin sağlanmasına yönelik modelleme) |
| (Schultz & Reitmann, 2018) | "Gözetimli Öğrenme" | "Yapay sinir ağları" | Süreç Planlama (En uygun uçağa kabul zamanının belirlenmesi.) |
| (Srisaeng, Baxter, & Wild, 2015) | "Gözetimli Öğrenme" | "Yapay sinir ağları", "Bulanık mantık", "Bulanık-sinir ağı modelleme") | Talep tahmini (Düşük maliyetli havayolu talebinin ön görülmesi) |
| (Ming, Bao, Hu, & Xiong, 2014) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Talep tahmini (Havayolu yolcu talebinin belirlenmesi) |
| (Collins & Thomas, Learning competitive dynamic airline pricing under different customer models, 2013) | "Pekiştirmeli Öğrenme" | "SARSA" | Talep tahmini, (Müşteri tercihlerinin belirlenmesi) |
| (Oza & Castle, 2009) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Uçuş Emniyeti (ASRS ve ASAP veri tabanlarının incelenerek kaza/kırım nedenlerinin sınıflandırılması) |
| (Thomas, Gast, Grube, & Craig, 2015) | "Gözetimsiz Öğrenme" | "Kümeleme" | Uçuş Emniyeti (Değişik seviyelerdeki yorgunluğun ve iş yükünün pilotun performans ve psikolojik tepkileri üzerindeki etkilerinin eş zamanlı olarak tespiti) |
| (Gan, Yang, & Duanmu, 2014) | "Gözetimsiz Öğrenme" | "Parçacık Sürüşü Optimizasyon Algoritması" | Uçuş emniyeti (Olağandışı durumların yönetilmesi ve karar vermenin etkinleştirilmesi) |
| (Bartosz, Dariusz, & Krzysztof, 2018) | "Gözetimli Öğrenme" | "K-en yakın komşu algoritması", Destek Vektör Makineleri (Support Vector Machines), Rastgele Karar Ağaçları, Yapay Sinir Ağları, Doğrusal ve Radyal Temelli Kernel Fonksiyonları | Uçuş emniyeti (Pilotların beklenmedik olaylara tepkileri, electroensefalografik sinyallerin pilotların performansını geliştirmek için kullanılması) |
| (Smart, Brown, & Denman, 2012) | "Gözetimli Öğrenme" | "Destek vektör makineleri" (Support Vector Machines)" | Uçuş Emniyeti (Uçuşun iniş aşamasında oluşan sıradışı durumların incelenmesi.) |
| (Williams, 2014) | "Gözetimli Öğrenme" | "Rasgele Orman" (random forest) | Uçuş emniyeti, uçuş planlama (Türbilanslı sahaların öngörülmesi) |
| (Yanto & Liem, 2018) | "Gözetimsiz Öğrenme" | "K-Ortalama Kümeleme" | Havaaracı Verimliliği (Uçuş aşamalarına göre havaaracı yakıt sarfiyat etkinliğinin modellenmesi) |

Firma Kârlılığını Etkileyen İçsel Faktörler: BİST Gıda, İçecek Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Araştırma

Internal Factors Affecting Profitability of Companies: A Research on BİST Food, Beverage Index Companies

Eda DİZGİL *

ÖZ

Bu çalışmanın amacı firma kârlılığına etki eden içsel faktörlerin tespit edilmesidir. Bu amaçla BİST Gıda ve İçecek endeksinde hisseleri işlem gören 21 firmanın 2009-2017 finansal tablo verileri kullanılarak panel veri analizi yapılmıştır. Çalışmada kârlılık göstergesi olan değişkenler bağımlı değişken olarak kullanılırken kârlılık üzerinde etkisi olduğu düşünülen içsel faktörler yani firmaların finansal yapı, likidite ve faaliyet etkinliği oranları ise bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Çalışmada kârlılığa etki eden faktörleri tespit etmek amacıyla iki ayrı model kullanılmıştır. Model1'de ekonomik kârlılık oranı, model2'de ise aktif kârlılık oranı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Modellerde kârlılığa etki eden faktörleri tespit etmek amacıyla on beş farklı finansal oran kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda model1'de ve model2'de öz sermaye kârlılığı, Net işletme sermayesi, kısa vadeli borç oranı, uzun vadeli borç oranı ve alacakların ortalama tahsil süresi değişkenlerinin ekonomik kârlılık oranı ve aktif kârlılık oranı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Her iki modelde de kârlılık değişkenleri üzerinde öz sermaye kârlılığı oranının pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilirken alacakların ortalama tahsil süresi, kısa vadeli borç oranı, uzun vadeli borç oranı ve net işletme sermayesi değişkenlerinin ise negatif etkisinin olduğu görülmüştür.

ANAHTAR KELİMELELER

Panel Veri Analizi, Kârlılık, Aktif kârlılığı, Öz kaynak kârlılığı, Ekonomik Kârlılık.

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the internal factors affecting the profitability of the company. For this purpose, panel data analysis were performed by using the financial data of 2009-2017 of 21 companies whose shares are traded in BIST Food and Beverage index. While the variables with profitability indicators are used as dependent variables, the internal factors that are thought to have an impact on profitability, that is, the financial structure, liquidity and activity efficiency ratios of firms are used as independent variables. Two different models were used to determine the factors that affect profitability. The economic profitability ratio was used in Model1 and the asset profitability ratio was used as a dependent variable in model2. Fifteen different financial ratios were used to determine the factors affecting profitability in the models. As a result of the analysis, it has been determined that there is a significant effect on the economic profitability ratio and asset profitability ratio of the variables of equity, profitability, short-term debt ratio, long-term debt ratio and average collection period. In both models, while the rate of return on equity has a positive effect on profitability variables, it was observed that the average collection period, short-term debt ratio, long-term debt ratio and net working capital variables have negative effects.

KEYWORDS

Panel Data Analysis, Profitability, Asset profitability, Equity profitability, Economic profitability.

| | Makale Geliş Tarihi / Submission Date 11.03.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 02.09.2019 |
|-------------|--|--|
| Atıf | Dizgil, E. (2019). Firma Kârlılığını Etkileyen İçsel Faktörler: BİST Gıda, İçecek Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 420-432. | |

GİRİŞ

Günümüz finans literatüründe işletmelerin esas amacı firma değerini maksimize etmektir. Burada ana gaye işletmeye yatırım yapan sermayedar ve hissedarlar kazançlarının en üst düzeye çıkarılmasıdır. İşletmelerin bu amaca ulaşmasındaki en önemli faktör ise kâr elde edilmesi, bu kârın sürdürülebilirliğinin sağlanması ve hedeflenen kâra ulaşmada katlanılacak risklerin etkin bir biçimde yönetilmesidir (Karadeniz ve İskenderoğlu, 2011; Korkmaz ve Karaca, 2014: 21).

Finansal yönetimin temel amacı kârlılığı maksimum seviyeye çıkararak işletme sahiplerinin refahını artırmaktır. Kârlılık hem yatırım kararları hem finansman kararları hem de performans ölçümünde firmalar için son derece önemli bir kavramdır. Firmaların yatırım yapmadan önce yatırımın borçla mı yoksa öz kaynakla mı finanse edileceğine karar vermeleri gerekir. Eğer öz kaynak finansmanını kullanmayı tercih etmezlerse borçla finansmana yönelecekler ve borçla finansmanın vergi tasarrufu etkisinden yararlanacaklardır. Öz kaynak finansmanını tercih ederlerse borçla finansmanın sağladığı vergi tasarrufu etkisinden faydalanamayacaklardır. Firmalar kâr elde ettiklerinde bu kârı dağıtabilir ya da kârı dağıtmayarak oto finansman olarak kullanabilir. Oto finansman kaynağı ile yatırım projelerini finanse edebilirler. Kârlılık içsel finansmanı doğrudan etkileyen bir unsur olduğu için hem hissedarlar hem de yatırımcılar için son derece önemli bir göstergedir (Korkmaz ve Karaca, 2014: 21). Finansal performans firmaların mali durumları hakkında bilgi veren önemli bir göstergedir. Finansal performansın doğru ve etkili bir şekilde yönetilmesi, firmaların hem kârlılık hem piyasa değerini olumlu yönde etkiler. Bir firmaya ilişkin performans değerlendirmesi yapılırken ilk dikkat edilecek husus firmanın bilanço ve gelir tablosundan elde edilen mali sonuçlardır. Performans değerlemesi ile firmaların ürettikleri mal ve hizmetler, kullandıkları kaynaklar ve elde ettikleri sonuçlar hakkında detaylı bilgiler elde edilir. Bu açıdan etkin bir performans değerlendirme sisteminin tasarlanması firmalar için oldukça önemli bir konudur. Performans değerlendirme sisteminin etkinliği faaliyet ve amaçların doğru olarak tespit edilmesi, uygun bir performans değerlendirme ölçütünün belirlenmesi, veri toplama, analiz ve sonuçların takip edilmesi ile sağlanır (Aksoy, 2011: 22-23; Doğan ve Topal, 2016: 56).

Finansal performans ölçümünde temel mali tablo verileri ile performans göstergeleri arasındaki ilişkiler farklı açılardan değişik sorular sorularak incelenmektedir. Finansal performans göstergesi olarak kârlılık, satış hacmi, sermaye yapısı kararları, firmanın yaşı ve piyasa durumu ve rekabet gücü gibi birçok faktör çeşitli finansal oranlar aracılığı ile incelenmektedir. Yatırımcıların yatırım kararı verirken dikkate aldığı önemli faktörler ise firmaların kârlılık oranlarıdır. Aktif kârlılık oranı firmaların varlıklarını kâr elde etmede ne kadar etkin ve verimli kullandığını gösterirken öz kaynak kârlılığı oranı ise firmanın kâr elde etmede öz sermayesini ne derece etkin kullandığını göstermektedir. Öz sermayenin getirisi vergi öncesi kârdır. Vergi öncesi kâr ile yabancı kaynak kullanımının ortaya çıkardığı finansman giderinin aktif toplamına bölünmesi ile de firmanın yabancı kaynakları etkin kullanım düzeyi ölçülmektedir (Kocaman ve diğ., 2016: 321). Bu tarz oranların kullanımı ile yapılan karşılaştırmalar daha çok aynı sektörde faaliyette bulunan firmalar açısından anlamlıdır. Çünkü her sektörün kendine has farklılıkları bulunmaktadır (Aydın, 2009: 77).

Bu çalışmada hisseleri Borsa İstanbul Gıda ve İçecek Endeksinde işlem gören firmaların kârlılığına etki eden içsel yani firma düzeyli faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla BİST Gıda ve İçecek endeksinde yer alan firmaların 2009-2017 yıllarına ait bilanço ve gelir tablosu verileri kullanılarak önce çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenlerini oluşturan finansal oranlar hesaplanmış daha sonra bu oranlar arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla panel veri analizi yöntemi uygulanmıştır.

Makale beş bölüme ayrılmıştır. Giriş bölümünden sonra ikinci bölümde konu ile ilgili literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde makalenin amacı, kapsamı, yöntemi bulunmaktadır. Dördüncü bölümde uygulama ve ampirik bulgulara ilişkin açıklamalar yer almaktadır. Beşinci bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilerek makale tamamlanmıştır.

1. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatürde konu ile ilgili yapılmış çalışmalar incelendiğinde firma kârlılığına etki eden faktörlerin genellikle makro ve mikro düzeyli faktörler ya da içsel ve dışsal faktörler olarak gruplandırıldığı görülmektedir. Makro düzeyli faktörler genellikle firmaların kontrol edemediği dışsal faktörlerdir. Bunlar döviz kuru, GSYİH, sanayi üretim endeksi enflasyon vs. değişkenler olarak ifade edilmektedir. İçsel, mikro ya da işletme düzeyli faktörler ise firmanın kontrol edebildiği değişkenler olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca çalışmalarda kârlılığa etki eden faktörlerin sektörden sektöre, ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği de görülmüştür. Bu bölümde firma kârlılığına etki eden faktörlerin tespitine yönelik olarak yurt içi ve yurt dışında yapılmış çalışmaların kısa özetlerine yer verilmiştir.

Haniffa ve Hudaib (2006) çalışmalarında 1996-2000 yılları arasında Malezya'da faaliyet gösteren firmaların kârlılığına etki eden faktörleri araştırdıkları çalışmada finansal yapı kaldıraç oranı ile kârlılık

arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonucunda kaldıraç oranının firma kârlılığı üzerinde negatif etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Kaldıraç oranındaki artışın firma kârlılığını azalttığını ifade etmişlerdir.

Albayrak ve Akbulut (2008), İMKB Sanayi ve hizmet sektörlerinde işlem gören firmaların kârlılık düzeyine etki eden faktörleri araştırdıkları çalışmalarında İMKB’de sanayi ve hizmet sektöründeki firmalardan orantılı tabakalı örnekleme yöntemiyle seçilen 55 firmaya ait 2004–2006 yıllarına ait verileri kullandıkları çalışmalarında analiz için en küçük kareler tekniği (Prais-Winsten) yöntemini tercih etmişler. Çalışmada kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ise sırasıyla kârlılıkla ilgili bağımlı değişkenler net kâr/ toplam aktifler, faiz ve vergi öncesi kâr/ toplam aktifler, net kâr/ öz sermaye, vergi öncesi kâr/ öz sermaye, net kâr/ net satışlar, brüt kâr/ net satışlara oranı, net faaliyet kârı/ net satışlar ve net kâr/ hisse senedi sayısıdır. Kârlılık yapılarını açıklamada kullanılan bağımsız değişkenler finansal yapı kaldıraç değişkenleri, likidite oranı değişkenleri, varlık kullanım etkinliği değişkenleri, piyasa değeri ve işletme büyüklüğü değişkenlerinden oluşmaktadır. Yapılan analiz sonucunda işletmelerin kârlılık seviyelerinin yükseltilmesi için toplam kaynaklar içinde yabancı kaynakları ve likidite oranlarını (faaliyet kâr marjı için) göreceli olarak azaltmalarını; işletme büyüklüklerini, stok devir hızlarını ve piyasa değerlerini arttırmalarını gerektiği ifade edilmiştir.

Aktan ve Bodur (2011) çalışmalarında KOBİ niteliğinde küçük işletmelerin bilanço ve gelir tablolarını kullanarak finansal rasyoları vasıtasıyla finansal analizlerin yapabileceğini ve bankaların kredi değerlendirmede hangi finansal oranları dikkate aldığını araştırmışlardır. Bu doğrultuda hangi finansal oranın ne işe yaradığını ve nasıl hesaplandığını detaylı olarak ele almışlar ve finansal oranların işletmeler ve işletme çevresi açısından son derece önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Chen (2012) Norveç, İsveç, Danimarka ve Finlandiya ülkelerinde faaliyette bulunan en büyük 20 şirketin 2008-2010 yılına ait verilerini kullanarak firma performansına etki eden faktörlerin tespit edilmesine yönelik bir araştırma yapmıştır. Çalışma sonucunda firma yaşı ile kârlılık göstergeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken kaldıraç oranı ile kârlılık değişkenleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit etmiştir.

Almajali ve Alamro (2012) hisseleri Ürdün borsasında işlem gören 25 sigorta firmasının finansal performansına etki eden faktörleri araştırdıkları çalışmalarında 2002-2007 yıllarına ait veri setini kullanarak çoklu doğrusal regresyon analizi yapmışlardır. Analizde likidite oranı, kaldıraç oranı, büyüklük gibi değişkenlerin firma kârlılığı üzerine etkisi araştırmışlardır. Analiz sonucunda bu değişkenlerin firma kârlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Ujunwa (2012) kârlılık üzerine etki eden faktörleri araştırdığı çalışmada Nijerya’da faaliyet gösteren firmaların 1991-2008 yıllarına ait verileri kullanılarak çoklu doğrusal regresyon analizi yapmıştır. Analiz sonucunda toplam varlıklar ile kârlılık arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit etmiştir.

Korkmaz ve Karaca (2014) üretim işletmelerinde kârlılığın finansal belirleyicilerinin tespit edilmesine yönelik yaptıkları çalışmada BİST İmalat Sanayiinde yer alan 78 firmanın 2000-2011 yıllarına ait verilerini ve panel regresyon analiz yöntemini kullanmışlardır. Çalışmada üç ayrı modelle verilerin analizini gerçekleştirmişlerdir. İlk modelde hisse başına kazanç, ikinci modelde net kâr/öz sermaye ve üçüncü modelde ise net kâr/ toplam aktif oranı bağımlı değişken olarak kullanmışlardır. Çalışmada kullanılan bağımsız değişkenler ise Net Satış / Toplam Aktif, Satılan Mamul Maliyet / Stoklar, Net Satışlar / Ticari Alacaklar, Cari Oran, Duran Varlık / Toplam Aktif, Maddi Duran Varlık / Uzun Vadeli Yabancı Kaynak, Net Satışlar / Dönen Varlıklar ve Toplam Borç / Toplam Aktif gibi finansal oranlardır. Yapılan analiz sonucunda üç modelde de toplam borç/ toplam aktif, duran varlık/ toplam aktif ve maddi duran varlık ve uzun vadeli yabancı kaynak değişkenleri ile modellerde kullanılan bağımlı değişkenler arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Doğan ve Topal (2016) kârlılığı belirleyen finansal faktörlerin araştırıldığı çalışmada yazarlar imalat sanayiinde faaliyet gösteren 136 firmanın 2005-2016 yılları arasındaki verileri kullanılarak panel veri analiz yöntemini uygulamışlardır. Analizde bağımlı değişken olarak varlık kârlılığı ve öz sermaye kârlılığı oranı kullanılırken firma büyüklüğü, kaldıraç oranı, cari oran ve firmanın yaşı ise bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Analiz sonucunda Varlık Kârlılığı ve Öz sermaye Kârlılığı ile toplam varlıklar arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilirken kaldıraç oranı ile kârlılık oranları arasında ise negatif bir ilişki olduğu ifade edilmiştir. Cari oran ve firma yaşı ile kârlılık oranları arasında ise herhangi bir ilişki bulunmamıştır.

Kocaman ve diğ. (2016) ekonomik kârlılığa etki eden faktörleri araştırdıkları çalışmada yazarlar İstanbul Sanayi Odasının her yıl açıkladığı 500 büyük sanayi kuruluşu içerisinde 17 yıl boyunca ilk 100’de yer almış ve hisseleri Borsa İstanbul’da işlem gören 15 firmanın 1997-2013 yıllarına ait verileri kullanılarak panel veri analizi yapmışlardır. Çalışmada ekonomik kârlılık oranı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler ise net kâr marjı, alacak devir hızı, cari oran, duran varlık/ aktif toplamı, kaldıraç oranı, net işletme sermayesi/ net satış oranı ve net işletme sermayesi devir hızı olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda ekonomik kârlılık oranı ile Net Kâr Marjı, Alacak Devir Hızı, Kaldıraç Oranı ve Duran Varlıkların Aktif Toplamına Oranı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Buna karşın Ekonomik Kârlılık ile Cari

Oran, Net İşletme Sermayesi/Net Satışlar ve Net İşletme Sermayesi Devir Hızı (Bağımsız Değişkenler) arasında herhangi bir ilişki olmadığı ifade edilmiştir.

Coşkun ve Topaloğlu (2016) Borsa İstanbul'daki firmaların finansal performansına etki eden makroekonomik faktörlerin araştırıldığı çalışmada yazarlar BİST100 endeksinde 2010-2015 yılları arasında faaliyet gösteren 37 firmanın verilerini kullanarak panel veri analizi yapmışlardır. Analizde bağımlı değişken olarak aktif kârlılığı, öz kaynak kârlılığı ve satış kârlılığı değişkenlerini kullanmışlardır. Bağımsız değişkenler ise ticari kredilere uygulanan faiz oranı, reel efektif döviz kuru, enflasyon oranı ve kamu altyapı harcamaları / GSYİH oranı ile temsil edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda makroekonomik faktörlerle performans değişkenleri arasında çeşitli yönlerde istatistiki olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

2.ÇALIŞMANIN AMACI KAPSAMI VE YÖNTEMİ

2.1.Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı hisseleri Borsa İstanbul Gıda ve İçecek Endeksinde işlem gören 21 firmanın kârlılığına etki eden içsel faktörlerin tespit edilmesidir. Burada içsel faktörler olarak ifade edilen işletme düzeyli yani işletmenin kontrol edebildiği faktörlerdir. Firma kârlılığı, firma yöneticileri yatırımcılar ve tüm paydaşlar için oldukça önemli bir konudur. Bu amaçla endekste faaliyet gösteren firmaların 2009-2017 yıllarına ait yıllık bilanço ve gelir tablosu verileri kullanılarak panel veri analizi yapılmıştır. Veriler kamuyu aydınlatma platformunun internet sitesinden alınmıştır. Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak endeks bazlı bir araştırma yapılmış ve bu doğrultuda ise Gıda ve İçecek Endeksi seçilmiştir. Bu endeksin seçilme nedeni ise endekste faaliyet gösteren firmaların likiditelerinin yüksek ve nakit yönetimlerinin ise etkin olduğunun düşünülmesidir. Çünkü literatürde likidite ve nakit yönetimindeki etkinliğinde kârlılık üzerinde olumlu etkilerinin olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca bu hususun değerlendirilmesi amacıyla da bu endeks seçilmiştir. Örnekleme 21 firma bulunmasına rağmen 5 firmanın verilerinde eksiklik olduğu için firma sayısı 16 olarak belirlenmiştir. Endekste yer alan firmaları tablo:1 de gösterilmiştir. Tabloda * işareti ile gösterilen firmaların verilerine ulaşılamadığından bu firmalar çalışmaya dâhil edilmemişlerdir.

Tablo 1: Bist Gıda ve İçecek Endeksinde Yer Alan Firmalar

| | BİST Kodu | Şirketler |
|----|-----------|--|
| 1 | AEFES | Anadolu Efes Biracılık Malt Sanayi A.Ş |
| 2 | AVOD | A.V.O.D Kurutulmuş Gıda ve Tarım Ürünleri A.Ş* |
| 3 | BANVT | Banvit Vitaminli Yem Sanayi A.Ş |
| 4 | CCOLA | Coca Cola İçecek A.Ş |
| 5 | ERSU | ERSU Meyve ve Gıda Sanayi A.Ş* |
| 6 | KENT | Kent Gıda Maddeler Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 7 | KERVIT | Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 8 | KNFRT | Konfort Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 9 | KRSTL | Kristal Kola ve Meşrubat Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 10 | MERKO | Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 11 | OYLUM | Oylum Sinai Yatırımlar A.Ş* |
| 12 | PENGD | Penguen Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 13 | PETUN | Pınar Entegre Et ve Un Sanayi A.Ş |
| 14 | PINSU | Pınar Su Sanayi ve Ticaret A.Ş |

| | | |
|----|-------|---|
| 15 | PNSÜT | Pınar Süt Mamulleri Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 16 | TATGD | Tat Gıda Sanayi A.Ş |
| 17 | TUKAS | Tukaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş |
| 18 | TBORG | Türk TUBORG Bira ve Malt Sanayi A.Ş |
| 19 | ULUUN | ULUSOY Un Sanayi ve Ticaret A.Ş* |
| 20 | ULKER | Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş |
| 21 | VANGD | Vanet Gıda Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş* |

Kaynak: Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)

2.2.Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada öncelikle firmaların yıllık bilanço ve gelir tablolarından elde edilen veriler kullanılarak excel paket programı yardımıyla analizde kullanılacak finansal oranlar hesaplanmıştır. Daha sonra ise panel veri analizi yapılmıştır. Panel veri analizi hem yatay hem de dikey kesit verilerini analiz etmede kullanılan bir çeşit çoklu regresyon analizi yöntemidir. Panel veri analizi kesitsel verilerin zaman serileri ile eş zamanlı olarak tek formda analiz edilmesi esasına dayanır Bu analiz sayesinde birden fazla birim ve her birime ait zaman boyutu analizden rahatlıkla görülebilmektedir. Panel veri yöntemi kesitsel ve zaman serisi verilerini birlikte değerlendiren bir metot olarak kullanılmaktadır. Zaman serisinin eşit uzunlukta olup olmamasına göre iki türü vardır. Her birimin zaman serisi eşit uzunlukta ise, dengeli panel veri, zaman serilerinin uzunlukları birbirinden farklı ise dengesiz panel veri olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca statik panel veri ve dinamik panel veri modelleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Statik panel veri modellerinde bağımlı değişkeni açıklamak için hem bağımlı hem de bağımsız değişkenin gecikmeli değerleri modele eklenmez. Dinamik panel veri modellerinde ise diğer modelden farklı olarak gecikmeli değişken ya da değişkenler modele eklenebilir (Yerdelen Tatoğlu, 2012: 65; Coşkun ve Topaloğlu, 2016: 6). Panel veri analizinde ise Eviews 9 paket programı kullanılmıştır. Çalışmada kârlılık üzerinde etkili olan içsel faktörleri tespit etmek amacıyla 2 farklı bağımlı değişken kullanılarak 2 ayrı model oluşturulmuştur. Analizde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ise tablo: 2 de listelenmiştir.

Tablo 2: Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler

| Değişkenler | Açıklama | Kısa Adı |
|---|--|----------|
| Bağımlı değişkenler | | |
| Aktif Kârlılık Oranı | Net Kâr/ Toplam Aktif | AK |
| Ekonomik Kârlılık Oranı | Faiz ve vergi öncesi kâr/ Toplam Aktif | EK |
| Bağımsız değişkenler | | |
| Kısa vadeli borç oranı | Kısa vadeli borç/ Toplam Aktif | KVBO |
| Uzun vadeli borç oranı | Uzun vadeli borç/Toplam Aktif | UVBO |
| Öz kaynak oranı | Öz kaynaklar/ Toplam Aktif | OKTA |
| Öz sermaye Kârlılık Oranı | Net Kâr/ Öz sermaye | OSK |
| Net İşletme Sermayesi | Dönen varlıklar- Kısa vadeli yabancı kaynaklar | NİS |
| Alacakların Ortalama Tahsil Süresi | (Ticari Alacaklar x 365) / Satışlar | AOTS |

3.UYGULAMA

Çalışmada BİST Gıda ve İçecek Endeksinde yer alan verilerine eksiksiz ulaşılabilen 16 firmanın 2009-2017 yıllarına verileri kullanılarak dengeli panel veri analizi yapılmıştır. Panel veri analizi yönteminde, gruplar arası heterojenlik etkilerinin kontrolü sağlanabilir, değişkenler arası çoklu bağlantı problemleri azaltılabilir ve tahmincilerin etkinliği artırılabilir bu bakımdan panel veri analizi yöntemi diğer zaman faktörü analizlerinden farklılık gösterir. Bu çalışmada veri seti hem yatay kesit hem dikey kesit olduğu için bu yöntem uygun bulunmuştur. Veriler Eviews paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu doğrultuda analizde iki farklı model kullanılarak firmaların hem aktif kârlılık oranı hem de ekonomik kârlılık oranlarına etki eden faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada kullanılan modeller aşağıda yer almaktadır.

Model 1: $EK_{it} = \beta_1 + \beta_2 OSK_{it} + \beta_3 NİS_{it} + \beta_4 KVBO_{it} + \beta_5 UVBO_{it} + \beta_6 OKTA_{it} + \beta_7 AOTS_{it} + \varepsilon_{it}$

Model 2: $AK_{it} = \beta_1 + \beta_2 AOTS_{it} + \beta_3 KVBO_{it} + \beta_4 NİS_{it} + \beta_5 OSK_{it} + \beta_6 UVBO_{it} + \varepsilon_{it}$

Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler tablo:3 'de yer almaktadır. Çalışmada 15 farklı finansal oran bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Ancak Asit test oranı ve cari oran ile alacakların ortalama tahsil süresi değişkenleri arasında yüksek korelasyon ilişkisi bulunduğundan dolayı bu değişkenler modellerden çıkarılmıştır.

Tablo 3: Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişkenler | Maksimum | Minimum | Ortalama | Standart Sapma |
|-------------|----------|---------|----------|----------------|
| AK | 0.246 | -0.21 | 0.033 | 0.085 |
| EK | 0.27 | -0.23 | 0.034 | 0.095 |
| KVBO | 0.88 | 0.05 | 0.368 | 0.189 |
| AOTS | 549 | 20 | 84.78 | 79.77 |
| OKAT | 36 | -0.14 | 0.72 | 2.96 |
| OSK | 4.40 | -13.68 | 0.19 | 1.97 |
| UVBO | 0.66 | 0.007 | 0.144 | 0.139 |
| LOGNİS | 21.75 | 10.78 | 16.93 | 2.12 |

Tabloda 2009-2017 yıllarında BİST Gıda ve İçecek Endeksinde yer alan 16 firmanın modelde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır. Aktif karlılık oranı ve ekonomik karlılık oranları firmaların ne ölçüde verimli kullandıklarını göstermektedir. Ekonomik karlılık oranı varlık karlılığını faiz ve vergi öncesi kar üzerinden belirlerken aktif karlılık oranı ise dönem net karı üzerinden belirlemektedir. Bu oranların 1'e yakın çıkması varlıkların verimli ve karlı bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Ancak tabloyu incelediğimizde gıda ve içecek endeksinde karlılık oranlarının düşük olduğu görülmektedir. Firmaların aktif karlılık oranları ve ekonomik karlılık oranları ortalama %3 olarak belirlenmiştir. Kısa vadeli borç oranı toplam aktiflerin ne kadarlık bir kısmının kısa vadeli kaynaklarla finanse edildiğini göstermektedir. İncelenen firmaların ortalama %36 oranında kısa vadeli yabancı kaynaklarla ile finanse edildiği belirlenmiştir. Uzun vadeli borç oranı da toplam aktiflerin ne kadarlık kısmının uzun vadeli yabancı kaynaklarla finanse edildiğini gösterir. Bu değerde ortalama %14 olarak belirlenmiştir. Alacakların ortalama tahsil süresi; alacakların satıştan ortalama kaç gün süre sonra tahsil edildiğini gösterir. Bu oran endekste yer alan firmalar için ortalama 84 gün olarak belirlenmiştir. Öz kaynak oranı toplam aktifler içerisindeki öz kaynak oranını göstermektedir. Bu oran ortalama %72 olarak belirlenmiştir. Bu oranın yüksek olması firmanın uzun vadeli borçlarını ödeyememe riskini düşürür. Öz sermaye karlılık oranı ise öz sermayenin ne ölçüde karlı olarak kullanıldığını göstermektedir. Ortalama %19 olarak belirlenmiştir. Net İşletme Sermayesi kısa vadeli borçlar ödendikten sonra kalan dönen varlık büyüklüğünü ifade eder.net işletme sermayesinin pozitif olması firmanın günlük faaliyetlerini sorunsuz bir biçimde devam ettirmesi açısından önem arz eder. Standart sapma serilerde değerler arasındaki farklılığın ölçüsüdür. Standart sapması en yüksek

değişken alacakların ortalama tahsil süredir. Bu seride standart sapmanın yüksek olması serideki değerler arasındaki farkın yüksek olduğunu göstermektedir.

Değişkenlerin birbirleri arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz iki ya da daha fazla değişken arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Analiz sonucunda değişkenler arası ilişkilerin yönü ve büyüklüğü görülebilmektedir. Korelasyon kat sayıları 0 ile 1 arasında değişiklik gösterir. Pozitif veya negatif değer alabilir. Analize ilişkin sonuçlar ise tablo:4’de yer almaktadır.

Tablo 4: Korelasyon Analizi Sonuçları

| | EK | lognis | AOTS | UVBO | OSK | OKTA | KVBO | AK |
|--------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| EK | 1.00 | | | | | | | |
| Lognis | -0.07 | 1.00 | | | | | | |
| AOTS | -0.16 | 0.10 | 1.00 | | | | | |
| UVBO | -0.21 | -0.04 | -0.26 | 1.00 | | | | |
| OSK | 0.51 | -0.00 | -0.10 | -0.04 | 1.00 | | | |
| OKTA | 0.11 | 0.07 | -0.01 | 0.008 | 0.04 | 1.00 | | |
| KVBO | -0.39 | 0.11 | -0.12 | -0.00 | -0.48 | -0.05 | 1.00 | |
| AK | 0.90 | -0.06 | -0.18 | -0.17 | 0.53 | 0.10 | -0.41 | 1.00 |

Tablo 4’de yer alan korelasyon matrisini incelediğimizde ekonomik kârlılık değişkeni ile aktif kârlılık değişkeni arasında yüksek düzeyli pozitif bir korelasyon ilişkisinin bulunduğunu görmekteyiz. Ancak bu iki değişken modellerde aynı anda kullanılmadığı için bu durum oluşturulan modellerin güvenilirliğini etkilememektedir. Bağımsız değişkenler arasında güçlü ilişki olması modelde çoklu doğrusallık sorununu yol açmaktadır. Bu doğrultuda diğer değişkenler arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına baktığımızda güçlü bir korelasyon ilişkisi bulunmadığını görmekteyiz. Buna göre modelleri oluşturan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağımlı sorunu olmadığını söyleyebiliriz. Bu aşamadan sonra ise modellerde kullanılan birimler ve seriler arasında yatay kesit bağımlılığı olup olmadığını tespit etmek amacıyla hem model bazlı hem de değişken bazlı yatay kesit bağımlılık testleri uygulanmıştır.

Eğer seriler arasında yatay kesit bağımlılığı varsa bu durumda analiz sonuçları gerçeği yansıtmayacak sapmalı ve tutarsız olacaktır. Serilerde yatay kesit bağımlılığı olup olmadığını test etmek amacıyla Breusch-Pagan (1980) LM testi, Pesaran (2004) CD ve CDIm testleri yapılmıştır. Burada yapılan testlerden hangisinin kullanılacağına karar vermek için veri setine bakılmaktadır. Eğer zaman boyutu yatay kesit boyutundan büyük ise Breusch-Pagan (1980) LM testi, yatay kesit ile zaman boyutu arasında çok büyük farkın olmadığı durumda Pesaran (2004) CDIm testi, yatay kesit zaman boyutundan büyük ise bu durumda da Pesaran (2004) CD testinin sonuçları dikkate alınmaktadır (Topaloğlu, 2018: 22). Bu çalışmada yatay kesit boyutu zaman boyutundan büyük olduğu için Pesaran (2004) CD testi sonuçları dikkate alınmıştır. Yatay kesit bağımlılık testi paneli oluşturan birimler bazında ve değişken bazında ayrı incelenmiştir. Tablo:5’de model1 ve model 2 için paneli oluşturan birimler bazında yatay kesit bağımlılık testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo:5 Model1 ve Model2 İçin Yatay Kesit Bağımlılık Testlerine İlişkin Sonuçlar

| Yatay Kesit Bağımlılık Testleri | model1 | | model2 | |
|---------------------------------|------------|----------|------------|----------|
| | İstatistik | Olasılık | İstatistik | Olasılık |
| CD _{LM} (BP,1980) | 134.8147 | 0.1680 | 129.3568 | 0.2638 |
| CD _{LM} (pesaran,2004) | -0.076511 | 0.9390 | -0.428817 | 0.6681 |
| CD(Pesaran,2004) | -1.476526 | 0.1398 | -1.831464 | 0.0670 |
| LMadj | -1.219369 | 0.2227 | -1.571674 | 0.1160 |

Model bazlı yatay kesit bağımlılık testlerine ilişkin sonuçların yer aldığı tabloyu incelediğimizde her iki modelde de olasılık değerinin 0,05 değerinin büyük olduğu görülmüştür. Burada sıfır hipotezi yatay kesit bağımlılığı yoktur. Alternatif hipotez ise yatay kesit bağımlılığı vardır şeklinde ifade edilmektedir. Modellerde olasılık değeri 0,05 den büyük çıktığı için her iki modelde de sıfır hipotezi kabul edilmiştir. Yani modellerde yer alan birimler arasında yatay kesit bağımlılığının bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra ise değişken bazlı yatay kesit bağımlılığı testi uygulanmıştır. Bu testler ise değişkenlerin durağanlık sınamalarını test ederken hangi birim kök testlerinin kullanılacağına karar vermek için yapılmaktadır.

Tablo:6 Değişken Bazında Yatay Kesit Bağımlılık Testlerine İlişkin Sonuçlar

| Değişkenler | LM(Breusch, Pagan) | | CD _{lm} (Pesaran) | | CD (Pesaran) | |
|-------------|--------------------|----------|-------------------------------|----------|-----------------|----------|
| | ist. | Olasılık | ist. | Olasılık | ist. | Olasılık |
| AK | 143.5844 | 0.0701 | 0.489574 | 0.6244 | -0.097474 | 0.9223 |
| EK | 187.1576 | 0.0001 | 3.302206 | 0.0010 | 0.127171 | 0.8988 |
| KVBO | 138.9479 | 0.1138 | 0.190284 | 0.8491 | 0.208126 | 0.8351 |
| UVBO | 135.1580 | 0.1629 | -0.054349 | 0.9567 | -1.008006 | 0.3135 |
| OKTA | 292.9675 | 0.0000 | 10.13221 | 0.0000 | -0.235261 | 0.8140 |
| OSK | 175.3340 | 0.0007 | 2.538997 | 0.0111 | 0.751112 | 0.4526 |
| LOGNİS | 229.7652 | 0.0000 | 6.052515 | 0.0000 | -0.269109 | 0.7878 |
| NİNS | 193.6932 | 0.0000 | 3.724082 | 0.0002 | -1.215513 | 0.2242 |
| AOTS | 182.9910 | 0.0002 | 3.033255 | 0.0024 | 0.266875 | 0.7896 |

Yatay kesit testi sonuçlarına baktığımızda bütün değişkenlerin olasılık değerlerinin 0,05 kritik değerinden yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığının bulunmadığını göstermektedir. Yani burada kullanılan değişkenlerde birinci nesil birim kök testleri kullanılması uygundur. Bu doğrultuda değişkenlerin durağan olup olmadıklarını tespit etmek amacıyla birinci nesil birim kök testlerinden LLC ve ADF testleri yapılmıştır. Bu testlere ilişkin sonuçlar tablo:7 da yer almaktadır.

Tablo:7 Birim Kök Testlerine İlişkin Sonuçlar

| Değişkenler | Birim Kök Testi | Düzye değeriinde | | Birincil fark | |
|---------------|-----------------|------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| | | T istatistik | Olasılık değeri | T istatistik | Olasılık değeri |
| AK | LLC | -3.03340 | 0.0012* | -11.4550 | 0.0000* |
| EK | LLC | -3.49019 | 0.0002* | -11.1782 | 0.0000* |
| KVBO | LLC | 0.66266 | 0.7462 | -9.92627 | 0.0000* |
| UVBO | LLC | -0.29317 | 0.3847 | -9.77966 | 0.0000* |
| OKTA | LLC | -8.33125 | 0.0000* | -133.417 | 0.0000* |
| OSK | LLC | -0.67416 | 0.2501 | -8.80171 | 0.0000* |
| LOGNİS | LLC | 2.47537 | 0.9933 | -8.77282 | 0.0000* |
| AOTS | LLC | -3.54544 | 0.0002* | -10.5521 | 0.0000* |
| AK | ADF | 51.1093 | 0.0174* | 123.676 | 0.0000* |
| EK | ADF | 46.7720 | 0.0444* | 120.289 | 0.0000* |
| KVBO | ADF | 21.3288 | 0.9242 | 114.823 | 0.0000* |
| UVBO | ADF | 25.5571 | 0.7829 | 91.2716 | 0.0000* |
| OKTA | ADF | 63.8306 | 0.0007* | 95.3239 | 0.0000* |
| OSK | ADF | 31.5669 | 0.4884 | 103.684 | 0.0000* |
| NİS | ADF | 11.9395 | 0.9995 | 123.509 | 0.0000* |
| AOTS | ADF | 40.4293 | 0.1457 | 114.806 | 0.0000* |

*%1, %5,%10 Anlamlılık düzeyini ifade etmektedir

Tabloda serilerin durağanlık sınavasını yapmak amacıyla Levin, Lin ve Chu(LLC), Genişletilmiş Dickey Fuller(ADF) birim kök testleri uygulanmıştır. Tabloyu incelediğimizde AK, EK, OKTA, AOTS serilerinin LLC testi sonuçlarına göre düzey değerlerinde durağan olduğu tespit edilmiştir. ADF testi sonuçlarına baktığımızda AK, EK ve OKTA serilerinin düzey değerlerinde durağan olduğu görülmüştür. Ancak diğer serilerin düzey değerinde durağan olmadığı sabit terimli- trendli değerlerinde ve birincil farklarında durağan olduğu tespit edilmiştir. Yapılacak analizin sağlıklı sonuçlar vermesi için durağan olmayan serilerin durağan hale getirilmesi veya modelden çıkarılması gerekmektedir. Bu amaçla serilerin birincil farkları alınarak birim kök testleri tekrar yapılmış ve serilerin birincil farklarında birim kök içermediği görülmüştür. Bu doğrultuda modellerde ilgili serilerin birincil farkları alınarak bu seriler modellere dâhil edilmiştir. Ayrıca modellerde Net işletme sermayesi değişkeninde logaritması alınarak kullanılmasına karar verilmiştir.

Panel veri analizinde farklı yöntemler bulunmaktadır. Bunlar: havuzlanmış en küçük kareler yöntemi, sabit etkiler ve rassal etkiler yöntemleridir. Bu yöntemlerden hangisinin kullanılacağını tespit etmek amacıyla çeşitli istatistik testler kullanılmaktadır. Çalışmada hangi yöntemin kullanılacağına karar vermek amacıyla F Testi, Breusch- Pagan Langrange Çarpanı ve Hausman testi uygulanmıştır. Bu testlerden elde edilen sonuçlar doğrultusunda hangi yöntemin uygulanacağına karar verilmiştir (Dizgil,2018:262).

F testi sabit etkiler modeli ile havuzlanmış en küçük kareler yöntemi arasında tercih yapmak için kullanılmaktadır. Bu test ile verilerin birim ve zamana göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmektedir. F testine ilişkin sonuçlar tablo:7’de yer almaktadır. Eğer olasılık değeri “0,05” değerinden küçükse H0 hipotezi reddedilir. Modelin sabit etkiler yöntemine göre tahmin edilmesi gerektiği ifade edilir.

Tablo:8 F Testi Sonuçları

| F testi hipotezi | | İstatistik değeri | Df | Olasılık değeri |
|--|------------------|--------------------|---------|-----------------|
| H0:βi=β (birey ve zaman etkisi yoktur) | Yatay kesit f | Model1: 8.916956 | (15,99) | 0.000000* |
| | Yatay Chi-square | Model1: 109.422551 | 15 | 0.000000* |
| | Yatay kesit f | Model1: 7.423074 | (15,99) | 0.000000* |
| | Yatay Chi-square | Model1: 95.785852 | 15 | 0.000000* |

*0.05 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tabloya göre her iki modelde de H0 hipotezi reddedilmiştir. Havuzlanmış model yerine sabit etkiler modelinin kullanımı uygun bulunmuştur. Bu testten sonra havuzlanmış model ile tesadüfi etkiler modelinin karşılaştırmasını yapmak amacıyla Breusch-Pagan testi yapılmıştır. İlgili test sonuçları tablo:8’de yer almaktadır. Testin sıfır hipotezine göre Havuzlanmış Regresyon Modeli uygun olduğu kabul edilirken Alternatif hipotezine göre ise Tesadüfi Etkiler Modelinin uygun olduğu kabul edilmiştir.

Tablo:9 Breusch-Pagan Langrange Multiplier(Çarpanı) Testi

| | Yatay kesit | Zaman periyodu | Her ikisinde |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Breusch-Pagan Model1 | 96.43407 (0.0000) | 1.972672 (0.1602) | 96.43407 (0.0000) |
| Breusch-Pagan Model2 | 81.24354 (0.0000) | 3.437515 (0.0637) | 84.68106 (0.0000) |

* Elde edilen sonuçlar %5 anlamlı olup H0 reddedilmiştir.

Test sonuçlarına ilişkin tabloyu incelediğimizde her iki modelde de H0 hipotezinin reddedildiğini görmekteyiz. Test sonucunda alternatif hipotez kabul edilmiştir. Bu aşamadan sonra Hausman testi yapılarak seçilecek modelin sabit etkiler yöntemine göre mi yoksa tesadüfi etkiler yöntemine göre mi analiz edileceğini karar verilmektedir. Sabit ve tesadüfi modeller arasındaki en önemli farklardan biri de bağımsız değişkenlerle birimler arasındaki korelasyon ilişkisinin varlığıdır. Eğer bir korelasyon ilişkisi bulunmuyorsa tesadüfi etkiler modeli tercih edilmelidir. Hausman testi analiz sonuçları ise tablo:9’da yer almaktadır.

Tablo:10 Hausman Testi Analiz Sonuçları

| Hausman Testi Hipotezi | Chi-Sq İstatistik | Olasılık değeri |
|--------------------------------------|-------------------|-----------------|
| H0: Tesadüfi Etkiler Modeli Uygundur | Model1: 27.427553 | 0.0089 |
| Ha: Sabit Etkiler Modeli Uygundur. | Model2: 48.697291 | 0.0000 |

* elde edilen sonuçlar %5 düzeyinde anlamlı olup H0 reddedilmiştir.

Hausman testi sonuçlarını incelediğimizde olasılık değerlerinin her iki modelde de “0,05” değerinin küçük olduğunu görmekteyiz. Bu durumda H0 hipotezi reddedilmiştir. Panel veri analizinde sabit etkiler yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir.

Otokorelasyon gözlemlenen değerler arasındaki benzerliğin zamansal gecikmenin bir fonksiyonu olarak ifade edilmesidir. Modellerde Otokorelasyon sorunu olup olmadığını tespit etmek amacıyla Durbin Watson test istatistik değerine bakılmıştır. Durbin Watson test istatistik değeri 1.85 ile 2,15 arasında ise Otokorelasyon sorunun olmadığı kabul edilebilmektedir. Modellerimizde Durbin Watson test istatistik değerlerine baktığımızda model1 ‘de “1.91” model2’de ise”1.90” olarak tespit edilmiştir. Bu durumda modellerimizde Otokorelasyon yoktur diyebiliriz (Dizgil, 2018:264).

Tüm bu testler yapıldıktan sonra panel veri uygulamasına geçilmiştir. İlk olarak model1 daha sonra ise model2 analiz edilmiştir. Modellere ilişkin sonuçlar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo:11 Model1'e İlişkin Panel Veri Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Katsayılar | Std. Hata | T istatistik | Olasılık |
|----------------|------------|----------------------------|--------------|----------|
| OSKFARK | 0.009984 | 0.002850 | 3.502716 | 0.0007 |
| LOGNIS | -0.021220 | 0.006498 | -3.265396 | 0.0015 |
| KVBOFARK | -0.367025 | 0.068176 | -5.383492 | 0.0000 |
| UVBOFARK | -0.410361 | 0.079547 | -5.158726 | 0.0000 |
| OKTA | 0.003689 | 0.001932 | 1.908774 | 0.0592 |
| AOTS | -0.000265 | 0.000126 | -2.106122 | 0.0377 |
| C | 0.415102 | 0.110025 | 3.772800 | 0.0003 |
| R ₂ | 0.673042 | Düzeltilmiş R ₂ | 0.580569 | |
| F istatistik | 7.278256 | Olasılık | 0.000000 | |

Tablo:12 Model2'ye İlişkin Panel Veri Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Katsayılar | Std. Hata | T istatistik | Olasılık |
|----------------|------------|----------------------------|--------------|----------|
| OSKFARK | 0.006546 | 0.002782 | 2.353343 | 0.0206 |
| LOGNIS | -0.015572 | 0.006307 | -2.468933 | 0.0152 |
| KVBOFARK | -0.297897 | 0.066347 | -4.489967 | 0.0000 |
| UVBOFARK | -0.311024 | 0.077626 | -4.006680 | 0.0001 |
| AOTS | -0.000257 | 0.000123 | -2.092254 | 0.0389 |
| C | 0.317187 | 0.106955 | 2.965626 | 0.0038 |
| R ₂ | 0.608580 | Düzeltilmiş R ₂ | 0.502897 | |
| F istatistik | 5.758527 | Olasılık | 0.000000 | |

Model 1'e ait panel veri analizi sonuçlarının yer aldığı tablo:11'de bağımlı değişkenimiz ekonomik kârlılık oranıdır. Model2'ye ait panel veri analizi sonuçlarının yer aldığı tablo:12'de ise bağımlı değişkenimiz aktif kârlılık oranıdır. Modellerin açıklama gücünü gösteren R₂ değeri model1'de %67, model2'de ise %60 tür. Modellerin açıklama gücünde oldukça yüksektir. Düzeltilmiş R₂ modele eklenen bağımsız değişkenlerden dolayı ortaya çıkabilecek yalancı şişkinliği önlemek amacıyla hesaplanmıştır. Her iki modelde düzeltilmiş R₂ değeri %50'nin üstündedir. Olasılık değeri modelin bütüncül olarak anlamlılığını göstermektedir. Bu değer "0.05" değerinden küçükse model bütüncül olarak anlamlıdır. Her iki modelde de olasılık değeri "0.05" değerinden küçük olduğu için modeller bütüncül olarak anlamlıdır. Model1'de ekonomik kârlılık oranına etki eden faktörlerin analizi yapılmıştır. Tablodan görüleceği üzere ekonomik kârlılık üzerine etki eden faktörler öz sermaye kârlılığı, net işletme sermayesi, kısa vadeli borç oranı, uzun vadeli borç oranı, alacakların ortalama tahsil süresidir. Ayrıca öz sermaye kârlılığı ile ekonomik kârlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunurken net işletme sermayesi, kısa vadeli borç oranı, uzun vadeli borç oranı, alacakların ortalama tahsil süresi ile ekonomik kârlılık arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Model2'de ise aktif kârlılık oranına etki eden faktörlerin analizi yapılmıştır. Burada da kısa vadeli borç oranı, net işletme sermayesi, uzun vadeli borç oranı ve öz sermaye kârlılığı değişkenlerinin aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak diğer modelde olduğu gibi öz sermaye kârlılığı ile aktif kârlılığı arasında pozitif bir ilişki, kısa

vadeli borç oranı, net işletme sermayesi ve uzun vadeli borç oranı ile aktif karlılığı arasında ise negatif bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca model1’de öz kaynaklar/ toplam aktif değişkeni ile ekonomik kârlılık arasında model2’de de aktif kârlılığı ile alacakların ortalama tahsil süresi arasında da bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Bağımsız değişkenleri kendi arasında gruplandırdığımızda finansal yapıya ilişkin oranlar; kısa vadeli borç oranı, uzun vadeli borç oranı, öz kaynaklar/ toplam aktif oranıdır. Likidite oranları; net işletme sermayesi oranıdır. Faaliyet etkinliği oranları ise alacakların ortalama tahsil süresidir. Kârlılık değişkenlerinden öz sermaye kârlılığı da bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Bu oranlara ilişkin sonuçları grup bazında değerlendirirsek kârlılığı en çok etkileyen değişkenlerin finansal yapı ve likidite oranları grubunda yer alan değişkenler olduğunu söyleyebiliriz. Bu değişkenlerden öz sermaye karlılık oranı ve öz kaynak oranı dışında kalan diğer değişkenlerin ise karlılık üzerinde negatif yönde etkisi olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Karlılık firmalar için önem arz eden bir konudur. Bu hususta firmaların hedefi uzun dönemde karlılığı sürekli kılmak kısa dönemde ise yüksek düzeyde kar sağlamaktır. Firmalar karlılık hedefi ile kurulmakta ve yatırımlar bu doğrultuda yapılmaktadır. Yatırımcılar herhangi bir firmaya yatırım kararı verirken iki önemli hususu göz önünde bulundurarak yatırım yapmaktadır. Bunlardan ilki firmanın gerçek değeri ile piyasa değeri arasındaki farktır. İkincisi ise firmanın karlılık durumudur. Ancak karlılık tek başına pek bir şey ifade etmezken karlılığın sürekliliğinin sağlanması firmanın piyasa değerini pozitif yönlü olarak etkileyecektir.

Konunun önemine istinaden yapılan bu çalışmada BİST Gıda ve İçecek Endeksinde hisseleri işlem gören ve verilerine tam olarak ulaşılabilen 16 firmanın kârlılığına etki eden içsel faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Burada bahsi geçen içsel faktörler ise firmanın kontrol edebildiği faktörlerdir. Yapılan bu çalışma literatürde yapılan çalışmalardan farklı olarak endeks bazlı ve güncel veriler kullanılarak yapılmıştır. Gıda ve içecek endeksinin seçilme nedeni endekste yer alan firmaların karlılık ve likiditesinin yüksek olduğunun düşünülmesidir. Bu amaç doğrultusunda firmaların 2009-2017 yıllarına ait yıllık bilanço ve gelir tablosu verileri kullanılmıştır. Öncelikle bu veriler kullanılarak analizde kullanılacak finansal oranlar hesaplanmış daha sonra ise bu oranların kârlılık değişkenleri üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla panel veri analizi yapılmıştır. Bu analizde iki farklı model kullanılmıştır. Bu modellerden ilkin de ekonomik kârlılık oranı ikincisinin de ise aktif kârlılık oranı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır.

Yapılan analiz sonucunda hem ekonomik kârlılık hem de aktif kârlılık oranını öz sermaye kârlılık oranının pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Yani öz sermaye kârlılık oranı arttıkça aktif kârlılık oranı ve ekonomik kârlılık oranının artış göstereceğini söyleyebiliriz. Buna ek olarak finansal yapıya ilişkin oranlar, likidite oranları ve faaliyet etkinliği oranları ile aktif kârlılık oranı ve ekonomik kârlılık oranları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Burada kısa vadeli borç oranı, uzun vadeli borç oranı, net işletme sermayesi ve alacakların ortalama tahsil süresi ile aktif kârlılık oranı ve ekonomik kârlılık oranları arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre işletmelerde kısa vadeli ve uzun vadeli borç oranı arttıkça kârlılık azalacaktır. Buna ek olarak işletmelerde net işletme sermayesinin artması ve alacakların ortalama tahsil süresinin uzaması da kârlılığı olumsuz yönde etkileyecektir.

Sonuç olarak sermaye yapısında kısa ve uzun vadeli borç kullanımında en uygun dengeyi sağlamaları, borç kullanımında aşırıya kaçmamaları, dönen varlıklar ile kısa vadeli borçlar arasında dengeyi korumaları ve alacakların tahsil süresini mümkün olduğunca düşük tutmaları halinde firmaların hem ekonomik kârlılıklarının hem de aktif kârlılıklarının olumlu yönde etkileneceğini söyleyebiliriz.

Firma kârlılığına etki eden içsel faktörlerin araştırıldığı bu çalışmada bazı kısıtlar mevcuttur. Çalışmadaki ilk kısıt çalışmadan elde edilen sonuçlar sadece BİST Gıda ve İçecek Endeksinde faaliyet gösteren firmalar açısından yorumlanmalıdır. İkinci kısıt ise veri seti aralığının 2009-2017 yılları arasında olmasıdır.

Konu ile ilgili olarak gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı endeksler kullanılarak ve veri seti aralığı genişletilerek farklı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, D. (2011). Türkiye'deki Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Ölçümü Üzerine Bir Uygulama. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, B., & Bodur, B. (2011). Oranlar Aracılığı İle Finansal Durumunuzu Nasıl Çözümlersiniz? "Küçük İşletmeler İçin Bir Rehber". Journal of Yaşar University, 49-67.
- Albayrak, A. S., & Akbulut, R. (2008). Karlılığı Etkileyen Faktörler: İMKB Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde İşlem Gören Şirketler Üzerine Bir İnceleme. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi,, 55-83.
- Almajali, A., & Sameer, A.A. (2012). Factors Affecting the Financial Performance of Jordanian Insurance Companies Listed at Amman Stock Exchange. Journal of Management Research, 266-289.
- Aydın, G. (2009). Tüketici Temelli Marka Değerinin Firmaların Finansal Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye'de Bir Çalışma. İstanbul: Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chen, L. (2012). The Effect of Ownership Structure on Firm Performance: Evidence from Non-financial Listed Companies in Scandinavia. Msc in Finance & International Business Aarhus School of Business. Aarhus University.
- Coşkun, N., & Topaloğlu, E. E. (2016). Makroekonomik Faktörlerin Finansal Performansa Etkisi: Borsa İstanbul Firmaları Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama. ICOMEP 2016 International Congress of Management Economy and Policy Proceedings Book, 1-18.
- Dizgil, E. (2018). Bist Ticaret Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Springate Finansal Başarısızlık Modeli İle İncelenmesi. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 248-267.
- Doğan, M., & Topal, Y. (2016). Karlılığı Belirleyen Finansal Faktörler: BİST'te İşlem Gören İmalat Sanayi Firmaları Üzerine Bir Araştırma. Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 53-64.
- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2006). Corporate Governance Structure and Performance of Malaysian Listed Companies. Journal of Business Finance & Accounting, 1034-1062.
- Karadeniz, E. T. (2011). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Aktif Karlılığını Etkileyen Değişkenlerin Analizi. Anatolia/ Turizm Araştırmaları Dergisi, 65.
- Kocaman, M., Altumur, N., Aldemir, S., & Karaca, S. S. (2016). Ekonomik Karlılığı Etkileyen Faktörler: İSO 500 Sanayi İşletmeleri Uygulaması. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 320-332.
- Korkmaz, Ö., & Karaca, S. S. (2014). Üretim İşletmelerinde Firma Karlılığının Finansal Belirleyicileri ve BİST İmalat Sanayi Uygulaması. Ege Akademik Bakış, 21-29.
- Ocak 2019 tarihinde Kamuyu Aydınlatma Platformu: <https://www.kap.org.tr/tr/> adresinden alındı
- Tatoğlu, F. Y. (2012). Panel veri ekonometrisi: Stata uygulamalı. Beta Basım Yayın.
- Ujunwa, A. (2012). Board Characteristics and the Financial Performance of Nigerian Quoted Firms. Corporate Governance, 1-30.

E-Muhasebe Uygulamaları Kapsamında Güncel Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Karaman'da Bir Araştırma

Current Issues and Solutions in E-accounting Practices: A Research in Karaman

Fehmi KARASİOĞLU *
Okan GARİP**

ÖZ

Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler hayatın her alanını etkilediği gibi muhasebe alanında da kendini göstermiştir. Muhasebede E-uygulamaların kullanılmaya başlanması ise bilgi teknolojilerinin getirdiği en son yeniliklerden olmuştur. Hazine ve Maliye Bakanlığı kayıt dışı ekonomiyi tespit edebilmek, vergi kaybını önleyerek vergi gelirlerinin arttırabilmek, denetimi hızlandırabilmek, bilgiye erişimi kolaylaştırabilmek gibi amaçlar ile muhasebede e-dönüşüm sürecini başlatmıştır. Bu dönüşümün hem kamu hem de özel sektöre sağlayacağı avantajlar göz ardı edilemez. Ancak bu avantajların yanında uygulamada çeşitli sorunlarında yaşanabilmesi mümkündür. Bundan dolayı bu çalışmada, e-uygulamaların en aktif kullanıcıları olan muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüm sürecinde yaşadıkları sorunların tespit edilmesi ve bu sorunlara çözüm önerilerinin getirilebilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Karaman Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına üye meslek mensuplarının 138'i ile anket çalışması yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda e-dönüşüm konusunda kalifiye eleman eksikliği en çok sorun olarak algılanan konu olmuştur. Bu nedenle başta Hazine ve Maliye Bakanlığı ve meslek odaları olmak üzere verilen eğitimlerin periyodik olarak tekrarlamasını sağlamalıdır. Düzenlenen eğitim, seminer ve panellerden sadece Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler değil e-uygulamalarını gönüllü veya zorunlu olarak kullanan mükelleflerin de faydalanmasını sağlamak yararlı olabilir.

ANAHTAR KELİMELELER

E-Dönüşüm, E-Dönüşüm Uygulamaları, E-Dönüşümde Yaşanan Sorunlar, Muhasebe Meslek Mensupları, Karaman

ABSTRACT

Developments in information technologies have influenced not only every fields of life but also accounting practices. The introduction of e-applications in accounting is one of the latest innovations brought by information technologies. The Ministry of Treasury and Finance of the Republic of Turkey initiated the e-transformation process in accounting with the purpose of identifying the informal economy, preventing tax losses to increase tax revenues, accelerating tax auditing processes and facilitating access to information. The benefits of this transformation to both public and private sectors cannot be denied. Despite these benefits, there are particular issues in practice to fully benefit from e-transformation. Therefore, the aim of this study is to determine issues experienced by professional accountants being the most active users of e-applications in the e-transformation process and also to identify solutions to these issues. For this purpose, a questionnaire was carried out with 138 of the registered members of the Karaman Association of Certified Public Accountants. The main finding is that lack of qualification of currently employed personnel in e-transformation has been the most reported issue. For this reason, it is widely believed that especially the Ministry of Treasury and Finance and professional associations should provide constant and relevant e-transformation related trainings. It may be beneficial to enable not only independent accountants and financial advisors but also the taxpayers involved in voluntary or compulsory e-applications to benefit from the e-transformation related trainings, seminars and panels.

KEYWORDS

E-Transformation, E-Transformation Practices, E-Transformation Problems, Accounting Professionals, Karaman

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 15.03.2019 | 21.05.2019 |
| Atıf | Karasioğlu, F. ve Garip, O. (2019). E-Muhasebe Uygulamaları Kapsamında Güncel Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Karaman'da Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 433-446. |

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, fehmibey@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6940-3033

** Öğr.Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, okangarip@kmu.edu.tr, ORCID:0000-0002-8062-6024

GİRİŞ

Teknoloji dünyasında yaşanan gelişmeler ve yenilikler hayatın her alanında kendini göstermektedir. Bu gelişmelerin başında ise muhasebe uygulamalarında elektronik dönüşüm olduğu söylenebilir. Ülkemizde e-devlet projesi ile elektronik ortama geçiş süreci hayata geçirilmiştir. Muhasebe de ise bu dönüşüm, faturaların elektronik ortamda oluşturulması ve defterlerin elektronik olarak tutulması ile başlatılmıştır.

Ülkemizde elektronik dönüşüm süreci birçok ülkeden çok daha önce başlatılmıştır. Muhasebede elektronik dönüşümün sağlanabilmesi için ülkemizde Hazine ve Maliye Bakanlığı yetkilendirilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak e-fatura uygulaması ile başlayan süreç belirli kriterlere göre kullanım zorunluluğu getirilerek uygulamaya sokulmuştur. Daha sonra bu uygulamaların kapsamı genişletilmiştir. Kayıt dışı ekonomiyi tespit edebilmek, vergi kaçagını engelleyebilmek, denetimi hızlı ve kaliteli olarak yapabilmek, bilgiye erişimi kolaylaştırmak, maliyet tasarrufu sağlayabilmek gibi amaçlar ile bu uygulamaların kapsama alanı genişletilerek devam edeceği öngörülebilmektedir.

Vergi kanunlarına uyumun artırılması, kayıt dışılığının önlenmesi gibi nedenlerle başlatılan muhasebede e-dönüşüm ile E-Fatura, E-Defter, E-Arşiv gibi uygulamalar kullanıma girmiştir. Bu amaçla çalışmada ilk olarak muhasebede e-dönüşüm süreci ve uygulamaları ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Son olarak uygulama kısmında ise, Karaman da faaliyet gösteren Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler (SMMM) üzerinde, e-muhasebe uygulamaları kapsamında güncel sorunlar ve çözüm yolları belirlenmesi amacıyla yapılan anket çalışmasına ait bulgular değerlendirilmiştir.

1.MUHASEBEDE E-DÖNÜŞÜM VE UYGULAMALARI

Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim ve gelişim sosyo-ekonomik birçok alanı etkilemiştir (Gönen ve Solak, 2017:64). İşletmelerin faaliyet ve iş hacimleri büyüdükçe işletme çevresini oluşturan çıkar gruplarının bilgi ihtiyaçları da artmıştır (Karasioğlu ve Samancı, 2018). Bu gelişmeler sayesinde muhasebe alanının da bilgisayar kullanımının artması borç alacak takibi, maaşların hesaplanması, faturalama, stok takibi ve müşteri kayıtları gibi faaliyetlerin aynı anda ve çok daha kolay bir şekilde yapılabilmesine olanak tanımıştır (Güney, 2014:854). Yaşanan tüm bu gelişmelerin bir sonucu olarak ülkemizde e-Devlet uygulamaları kapsamında e-dönüşüm süreci başlamıştır. E-dönüşümün etkilerinin muhasebe uygulamalarına da yansıdığı görülebilmektedir (Gönen ve Solak, 2017:64).

Vergi Usul Kanunu (VUK) ve Türk Ticaret Kanunu (TTK) kapsamında yapılan düzenlemeler ve ikincil mevzuatta yapılan değişiklikler ile ülkemizde muhasebenin e-dönüşüm süreci başlamıştır. Buna göre elektronik olarak defterlerin, kayıtların ve belgelerin oluşturulabilmesi, kaydedilip, iletilebilmesi, muhafazasının sağlanması ve gerektiğinde ibrazının yapılabilmesi ile defter ve belgelerin elektronik olarak tutulması ile ilgili tüm hususları düzenlemeye yetkili kurum Hazine ve Maliye Bakanlığı olarak belirlenmiştir (Tektüfekçi, 2013: 90). Buna göre, Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından e-dönüşüm konusunda, belli şartlar altında ilk olarak e-fatura uygulamasının kullanımı zorunlu hale getirilmiştir. VUK genel tebliği ile uygulamanın sınırları çizilerek kullanım şartları belirlenmiştir (Yürekli, ve diğ., 2016:293).

Klasik muhasebede belge, işlem sürecinin başlangıcı iken elektronik muhasebede belge işlemin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Elektronik evrakların birçok özelliği bulunmaktadır. Ancak kullanım amacı ve rolü olarak kağıt evrak ile aynı hukuki niteliğe sahiptir. Muhasebe belgeleri ister kağıt ortamında isterse de elektronik ortamda üretilsin mali nitelikli kanıtlayıcı bir belge olma özelliği sahiptir (Yürekli, ve diğ., 2016:291). E-dönüşüm, yeni bir muhasebe sistemi ortaya koymak yerine mevcut sistemin elektronik ortama aktarılması şeklinde gerçekleşmiştir (Güney ve Özyiğit, 2015:290).

1.1.E-Muhasebe Uygulamalarına Geçiş Gerekçeleri

Muhasebenin elektronik ortama aktarılmasının temel gerekçesi, ülkemizin ulusal ve uluslararası standartlara uyum sürecinde uygun alt yapısının oluşturulmasını sağlamaktır. Bir diğer amaç ise vergiye gönüllü uyumun artırılabilmesidir. Bu bağlamda yapılan çalışmalar ile mükelleflerin vergi kanunlarına uyumlarının artırılması ve kayıt dışı ekonominin izlenerek önlenmesi gayesiyle, e-fatura ve e-defter tutulması zorunlu hale getirilmiştir (Tektüfekçi, 2013:90-91). Tüm bu uygulamalar mükellefler arası hizmetlerin etkinleştirilmesi, işlemlerin hızlandırılması, belgelerin muhafazasını kolaylaştırması, vergi incelemesinde etkinliğin artırılması ve ekonomide kayıt dışılığın önüne geçilmesi ana hedeflerinin yanında işletmelerin maliyetlerini azaltmak, stok kontrolünü ve üretim süreci hakimiyetinin artırılmasını sağlamak gibi yardımcı hedefleri de bulunmaktadır (Demirkan, 2013:70).

E-uygulamalar ile işletmeler birçok önemli avantaj sağlamaktadır. Bunlar; fatura düzenleme ve gönderme, fatura kabul gibi işlemlerin düşük maliyetli olarak yapılabilmesine, idari hataların en aza indirilmesine, her yıl milyonlarca kağıt faturadan tasarruf edilmesine imkan verebilmektedir. (Ortega, 2012). Ayrıca bu

avantajlara ilave olarak arşivleme için yer ayrılmasına gerek kalmaması, iç kontrol ve dış denetimin kolay bir şekilde ve hızlı olarak yapılabilmesi, belge düzenlemede oluşacak hataların önlenmesi, ödeme sürelerinin kısalması, ihtiyaç anında eski belgelere anında ulaşılmasına imkan sağlayabilmesi gibi olanaklar sunmaktadır (Yanık ve Karadaş, 2013:136).

1.2.Elektronik Ortamdaki Muhasebe Kayıt Araçları

Vergi kanunlarına uyumun artırılması ve kayıt dışılığının önlenmesi için başlatılan e-dönüşüm sürecinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu bağlamda getirilen yeni uygulamalar olarak E-Fatura, E-Defter, E-Arşiv bu bölüm altında incelenecektir.

1.2.1.E-Fatura

E-Fatura, VUK ve TTK' ya göre, zorunlu olarak tutulması gereken faturaların, elektronik ortamda oluşturulup kaydedilip, arşivlenmesine ve gerektiğinde sunulabilmesine olanak sağlayan bir sistemdir (Kara ve Yılmaz, 2017:229).

E-Fatura, ülkemizde VUK 397 sıra no.lu tebliği ile muhasebe hayatına girmiş ve 05.03.2010 tarihi itibariyle de uygulamaya başlanmıştır. VUK göre bir faturada olması gereken tüm bilgilerin yer aldığı, iletişiminin merkezi bir platform aracılığıyla gerçekleştirildiği elektronik bir belge türüdür. (www.efatura.gov.tr, Erişim Tarihi: 02.01.2019). E- fatura, geleneksel kağıt faturalar ile karşılaştırıldığında işlemlerin çok daha şeffaf olarak yerine getirilebilmesine yardımcı olmaktadır (Lian, 2015:100).

E-fatura uygulamasını kullanmak isteyen vergi mükellefleri, yalnızca e-fatura sisteminde kayıtlı olan mükelleflere fatura düzenleyebilmektedirler. E-fatura almak isteyen mükelleflerinde aynı şekilde Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) tarafından sağlanan uygulama üzerinden fatura düzenleyen mükelleflerden fatura alabilmektedirler. Dolayısıyla, e-fatura düzenlemek veya e-fatura almak isteyen mükelleflerin her ikisinin de GİB sisteminde kayıtlı e-fatura kullanıcısı olma zorunlulukları bulunmaktadır (Kara ve Yılmaz, 2017: 229).

1.2.1.1.E-Fatura Kullanma Zorunluluğu Olan Mükellefler

VUK 421 sıra numaralı Genel Tebliği'ne göre;

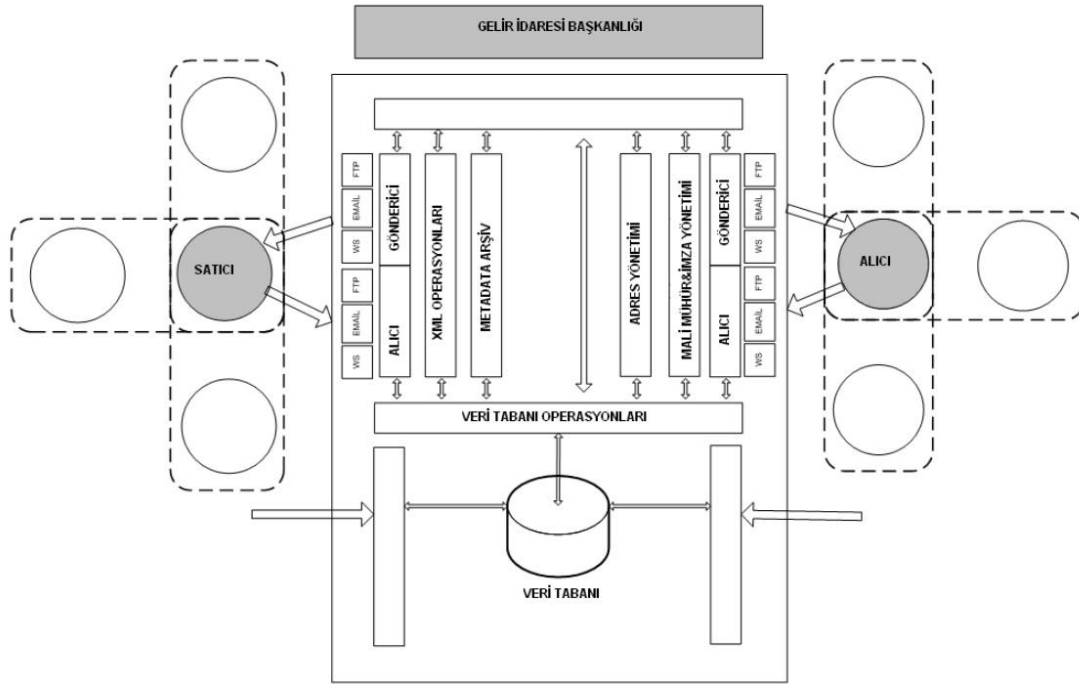
- “04.12.2003 tarihli ve 5015 sayılı Petrol Piyasası Kanunu kapsamında madeni yağ lisansına sahip olanlar ile bunlardan 2011 takvim yılında mal alan mükelleflerden 31.12.2011 tarihi itibariyle asgari 25 Milyon TL brüt satış hasılatına sahip olanlar” ile,
- “06.06.2002 tarihli ve 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'na ekli (III) sayılı listedeki malları imal, inşa veya ithal edenler ile bunlardan 2011 takvim yılında mal alan mükelleflerden 31.12.2011 tarihi itibariyle asgari 10 Milyon TL brüt satış hasılatına sahip olanlara,”

e- defter tutma ve e-fatura uygulamasına dahil olma zorunluluğu getirilmiştir.

1.2.1.2.E-Fatura Uygulama Süreci

E-faturadan faydalanan kullanıcılar, sistemde kayıtlı olan kullanıcılara e-fatura gönderebilecek, bu faturaları bilgisayarlarına indirebilecek, istenildiği an ibraz edebileceklerdir (Demirkan, 2013:70). E-faturanın başvuru aşamasında mükellefin öncelikle mali mühür veya e-imzayı temin etmiş olmalıdır. Mali mühür veya e-imzaya temin eden işletmeler e-fatura başvuru işlemini yapmalarının ardından GİB'in uygun görmesi halinde e-fatura uygulamasını kullanabilmektedirler. İşletmelere e-faturadan yararlanabilmeleri için GİB portalı, entegrasyon yöntemi veya özel entegrasyon yöntemi olmak üzere üç seçenek sunulmuştur. (Gökçen ve Özdemir, 2016:145).

E-fatura uygulamasının üç tarafı bulunmaktadır. Bunlar gönderici birimi, merkez ve alıcı birimden oluşur. Göndericinin posta kutusuna alıcının göndermek istediği bir fatura, merkezi bir platform üzerinden gönderilmektedir. E-fatura, kapalı bir ağ şeklinde tasarlanarak oluşturulmuştur. E-fatura uygulaması, merkez tarafından tanımlanacak gönderici birim ve posta kutusu yazılımları ile çalışmakta ve aşağıdaki diyagramda da görülebildiği gibi gönderici birim ve posta kutusu arasında faturalaştırma merkez üzerinden sağlanmaktadır (Yürekli, ve diğ., 2016:295).



Şekil 1: E-Fatura Uygulaması (www.efatura.gov.tr, Erişim Tarihi: 02.01.2019)

1.2.2.E-Defter

1 Sıra Nolu Elektronik Defter Genel Tebliği'ne göre, "Elektronik defter şekil hükümlerinden bağımsız olarak Vergi Usul Kanunu'na ve/veya Türk Ticaret Kanunu'na göre tutulması zorunlu olan defterde yer alması gereken bilgileri kapsayan elektronik kayıtlar bütünü" şeklinde tanımlanmıştır (E-Defter Genel Tebliği, 2011). E-defter, VUK ve TTK'ya göre kağıt ortamında tutulması gereken defterler ile aynı hukuki niteliğe sahiptir (Calayoğlu, 2019:153). Başka bir ifade ile e-defter, tutulması zorunlu olan defterlerin, elektronik dosya olarak hazırlandığı, kağıt olarak bastırılmadan kaydedildiği, değişmezliğinin, bütünlüğünün ve kaynağının doğruluğunun mali mühür veya elektronik imza ile sağlandığı düzenlemeler bütünüdür (Doğan ve Tercan, 2015).

E-defter, defterlerin kâğıt ortamında düzenlenmesi zorunluluğunu ortadan kaldıran ve dolayısıyla da mükellefleri kâğıda basma, onaylatma ve arşivleme gibi yüklerden kurtaran bir e-uygulamadır. Ayrıca denetleme ve raporlamanın standart olacak bir veri halinde tutulmasına imkan sağlaması nedeniyle kendisinden beklenen fayda önümüzdeki dönemlerde daha iyi anlaşılacaktır (Doğan ve Tercan, 2015).

E-defterin kullanabilmek için Extensible Markup Language – Genişletilebilir İşaretleme Dili (XML) formatında bir standart olan ve uluslararası kullanıma sahip Extensible Business Reporting Language-Genişletilebilir İşletme Raporlama Dili (XBRL) esas alınarak hazırlanması gerekmektedir (Kara ve Yılmaz, 2017: 225).

Elektronik defter tutmak isteyen mükellef gerçek kişi olması durumunda Elektronik İmza Kanunu hükümleri çerçevesinde üretilen NES veya Mali Mühür, tüzel kişi ise Mali Mühür temin etmiş olması ve bunlar için uyumluluk onayı almış bir yazılım kullanması gerekmektedir. Bu kapsamda Türkiye'de e-defter uygulamasına geçen şirket Axa Sigorta A.Ş. ilk üretim işletmesi ise Şölen olduğu bilinmektedir (Tektüfekçi, 2017:83).

E-defter uygulaması için daha önce 421 Sıra No.lu VUK. Genel Tebliğinde belirlenen hususlara ilave olarak 20.06.2015 tarihli ve 29392 Sayılı Resmi Gazete de yayınlanan 454 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği ile e-defter uygulamasının kapsamı genişletilmiştir. Bu tebliğe göre aşağıda belirtilen mükellef grupları da e-defter uygulamasına geçmeleri zorunlu hale gelmiştir (VUKGT, Sıra No: 454).

- "2014 veya müteakip hesap dönemleri brüt satış hâsılatı 10 Milyon TL ve üzeri olan mükellefler,
- 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli I Sayılı listedeki malların imali, ithali, teslimi vb. faaliyetleri nedeniyle Enerji Piyasası Düzenleme Kurumundan lisans alan mükellefler,
- Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli III sayılı listedeki malları imal, inşa ve ithal eden mükellefler."

Bugün itibariyle e-defter uygulamasını kullanan mükellef sayısı 86.716 adettir (<http://www.edefer.gov.tr>, Erişim Tarihi 03.02.2019).

1.2.3.E-Arşiv

İşletmelerin ticari nitelikli işlemleri nedeniyle her alış ve satış işlemleri esnasında fatura düzenlemeleri gerekmektedir. Bazı sektörlerde iş hacminin nispeten yüksek olması nedeniyle alış ve satış faturaları sayısını bir hayli arttırmaktadır. Bu yüzlerce faturanın kanuni süreler içerisinde arşivlenmesi ve saklanması esnasında zorluklar yaşanabilmektedir. Bu noktada e-arşiv işletmelerin bu zorlukları aşabilmesi için büyük kolaylıklar sağlayan bir uygulama olarak kullanılmaktadır (Elçin, ve diğ., 2018:19).

433 Seri Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile yürürlüğe giren e-Arşiv Uygulaması, GİB tarafından belirlenen standartlara uygun olarak faturanın elektronik ortamda oluşturulması, elektronik ortamda muhafazası, ibrazı ve raporlamasını kapsayan bir uygulamadır. E-Arşiv uygulamasından yararlanmak isteyen mükelleflerin, öncelikle e-fatura uygulamasına kayıtlı olmaları gerekmektedir. İnternet üzerinden mal ve hizmet satışı yapan ve 2014 yılı gelir tablosu brüt satış hasılatı tutarı 5 milyon lira ve üzerinde olan mükellefler, en geç 1/1/2016 tarihine kadar e-Arşiv uygulamasına geçmek zorundadırlar (<http://www.efatura.gov.tr>, Erişim Tarihi:12.02.2019).

1.3.E-Muhasebede Güncel Sorunlar

E-fatura ve e-defter gibi muhasebe uygulamaları kullanan mükellef sayısı her geçen gün artmakta ve yapılan mevzuat düzenlemeleri ile de kapsamı genişletilmektedir. Binlerce mükellef tarafından kullanılan uygulamalar olması nedeniyle bazı belirsizlikler ve sorunları da beraberinde getirmektedir. E-uygulamaların mükellefler tarafından kullanımı karşısında oluşabilecek sorunlar genel olarak kalifiye eleman eksikliği, teknolojik alt yapılarının yetersizliği veya kullanılan programların e-uygulamalara entegre edilmesinin maliyetli görülmesi, uygulamalar konusunda verilen eğitimlerin yetersiz kalabilmesi, kullanılan sistemlerden kaynaklı teknik problemlerin yaşanabilmesi birer örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Elektronik olarak düzenlenmesi gereken fatura ve defterler klasik yöntemle tutulması durumunda fatura ve defterin hiç tutulmamış sayıldığı bilinmektedir. Fatura almama veya vermeme, defterlerini ibraz edememe nedeniyle özel usulsüzlük cezaları uygulanabilmektedir. Aynı zamanda defterlerinin yazılmaması sebebiyle katma değer vergisi indirimlerinin reddedilmesi ayrı ayrı sorunlar olarak mükelleflerin karşısına çıkan sorunlardır. Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB), bu konuda oluşabilecek sorunları engellemek adına esneklik göstererek çözüm üretmeye çalışmıştır. Örneğin bugünkü tarihte hazırlanan önceki tarihli bir fatura e-fatura olarak düzenlenip muhatabına gönderilmektedir. Kağıt olarak hazırlanan faturanın ise iptali yapılmaktadır (www.istanbulymmo.org.tr, Erişim Tarihi:12.02.2019).

2.LİTERATÜR

Muhasebede elektronik dönüşüm ve uygulamaları konusunda ulusal ve uluslar arası yapılan belli başlı çalışmalara ait bulgular aşağıda yer almaktadır.

Dinç ve Karakaya (2004) yaptıkları çalışma ile, muhasebe meslek elemanlarının e-muhasebe uygulamaları konudaki bilgi düzeyini ölçülmeye çalışmışlardır. Bu amaçla Doğu Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren 376 meslek elemanı üzerinde anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarına göre genç meslek elemanlarının e uygulamaları kullanım oranının daha yüksek olduğu, cinsiyet açısından ise bir farklılığın görülmediği anlaşılmıştır. Son olarak ise, yeterli alt yapının oluşturulması, meslek elemanlarına eğitim verilmesi ve internet güvenliğinin artırılması için gerekli çalışmaların yapılması önerilmiştir.

Çınar ve Güney (2012) yaptıkları çalışmada, serbest muhasebeci mali müşavirlerin (SMMM) e-uygulamaları kullanımları sırasında yaşadıkları sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Erzurum'da faaliyet gösteren 105 SMMM üzerinde araştırma yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre, bilişim alt yapılarında eksikliklerin olduğu ve mevzuat değişikliklerinin zamanında sisteme uyarlanamadığı, meslek mensuplarının muhasebe yazılımlarının yetersiz olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca meslek adaylarına yeterli eğitim verilmesi gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

Amudi ve diğ. (2012), Gana'daki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ) arasındaki e-muhasebe uygulamaları incelenmiştir. KOBİ'ler, muhasebe yazılımlarını ve e uygulamaları kullanabilmek için kendi bünyelerinde muhasebe meslek mensubu çalıştırdığı tespit edilmiştir. KOBİ'lerin çoğunlukla finansal bilgi üretebilmek için e-uygulamaları kullandıkları anlaşılmıştır. Ayrıca işletmelere maliyet düşürme, verileri saklama, yönetim kararlarının alınmasına yardımcı olma gibi avantajlarının bulunduğunu ortaya koyulmuştur.

Öz ve Bozdoğan (2012) yaptıkları çalışmada, Türkiye'deki e-muhasebe uygulamaları mevzuat bazında ele alınmıştır. Çalışma ile ilgili mevzuatta yer alan eksikliklerin tespit edilmesi ve çözüm önerileri getirmesi

amaçlanmıştır. E-uygulamalar konusunda mevzuat alt yapısının yetersiz kaldığı ortaya koyulmuştur. Tüm mükelleflerin e-uygulamaları kullanmasının faydalı olabileceği vurgulanmıştır.

Tektüfekçi (2013), elektronik ortamda gerçekleştirilen muhasebe uygulamalarını çalışma konusu yapmıştır. E uygulamalara geçişlerin artması ile basım ve toner, defterlerin ciltletilmesi, noter tasdiki ve arşivleme, muhasebe çalışanlarının zaman ve işgücü gibi maliyetlerinde önemli tasarrufların sağlanabileceği vurgulanmıştır. Ayrıca e-uygulamalar ile hızlı ve güvenli veri erişimi, standart, anlaşılabilir, karşılaştırılabilir rapor üretimi sağlanabileceğini söylemektedir.

Spoz (2014) çalışmasında, Polonya'da faaliyet gösteren işletmelerin e-fatura uygulamaları sırasında karşılaşılan sorunlara değinilmiştir. Dünyada ve Avrupa da e-dönüşüm konusunda gittikçe yaygınlaştığını ancak Polonya'da istenilen düzeyle olmadığı söylenmiştir. Bunu nedeni olarak ise, istikrarsızlık, yasal düzenlemelerin yetersizliği, e-uygulamalar konusundaki bilgi eksikliği, internet alt yapısının yetersiz kalması gibi nedenler gösterilmiştir.

Lian (2015), Tayvan'da yeni bir uygulama olarak kullanılmaya başlanan e-fatura uygulamasının anlaşılabilirliği için ampirik bir çalışma gerçekleştirmiştir. 251 adet geçerli anket ile yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, e-uygulamalar konusunda algılanan risk düzeyi ve duyulan güven arasında cinsiyetin, sosyal etkinin ve davranışsal niyetin karar vermede belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Marinagi ve diğ. (2015), elektronik faturanın Yunanistan'da kullanımını incelemek amacıyla bir alan araştırması yapmışlardır. 42 işletmeden elde edilen anket verilerine göre, Yunanistan'da e-uygulamaları kullanım oranının düşük olmasına rağmen kabul edilmesinin umut verici olduğu vurgulanmıştır. Çalışmada özellikle e-fatura kullanımını engelleyen faktörlerin üzerinde durulmuştur. Buna göre bilgi birikiminin yetersiz kalması ve yönetim desteğinin olmaması iki ana sorun olarak gösterilmiştir.

Yüreklî ve diğ. (2016), çalışmalarında, derinlemesine görüşme tekniği ile elde ettiği verileri analiz etmişlerdir. Elde etmiş oldukları sonuçlara göre, muhasebe meslek mensuplarının e-fatura uygulamalarını olumlu bir gelişme olarak karşıladıkları, işlemlerin hızlı ve güvenli olarak yapılabilmesine, denetimin daha şeffaf olarak gerçekleştirilebilmesine ve veri aktarımının sağlıklı yapılabilmesi imkan verdiği görüşünde birleştiği anlaşılmıştır. Bunun yanında aşılması gereken sistemsel sorunların varlığı da görüş birliğine varılan bir diğer konu olmuştur.

Gönen ve Solak (2017) tarafından yapılan çalışmada, e-dönüşüm sürecine ilişkin, iş yükü, hizmet maliyeti gibi konularda muhasebe elemanlarının bakış açılarının tespit edilebilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda e-uygulamaları aktif olarak kullanan ve İzmir'de faaliyet gösteren ve meslek mensupları ile anket çalışması yapılmıştır. Sonuç olarak meslek mensuplarının e-uygulamalarda sistemsel hatalar yaşadıkları ve ek maliyetlere katlanmaları gerektiği tespit edilmiştir.

Elçin ve diğ. (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, e-fatura, e-defter ve e-arşiv uygulamalarına geçiş sürecinde yaşanan sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır. E-uygulamaları aktif şekilde kullanmaları nedeniyle 389 Serbest Muhasebeci Mali Müşavir üzerinde anket çalışması yapılmıştır. Çalışmaya göre, iş yükü, sistemsel eksiklikler, alt yapı ve teknik personel eksikliği sorunlarının olduğu tespit edilmiştir.

3.UYGULAMA

3.1.Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın amacı, evreni, örnekleme, sınırlılıkları, yöntemi, kullanılan teknikler ve bulgular bu kısımda açıklanacaktır.

3.2.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temele amacı, muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüm sürecinde yaşamış oldukları sorunların tespit edilebilmesi ve çözüm önerileri getirebilmektir. Bilgi teknolojilerinin getirdiği yeniliklerden olan e-uygulamaların en aktif kullanıcıları olarak muhasebe meslek mensuplarının gözünden yaşanan eksiklik ve sorunları tespit edilebilmesi ve değerlendirilebilmesi önem arz etmektedir. Bu amaçla Karaman Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına kayıtlı muhasebe meslek mensupları ile anket çalışması yapılmıştır.

3.3.Araştırma Evreni

Karaman SMMM odasına kayıtlı 206 adet mali müşavir bulunmaktadır (<http://www.karamansmmmo.org.tr/uyelistesi.aspx>, Erişim Tarihi: 12.02.2019). Bu mali müşavirlerin 10 adedi ilçelerde görev yapması, 5 adedi ise çeşitli nedenlerle mesleği bırakmış olmaları nedeniyle çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Araştırma evrenini oluşturan ana kütle 191 adet mali müşavirden oluşmaktadır.

3.4.Araştırmanın Örneklemi

Araştırmada ana kütle büyüklüğü biliniyor ise örneklem belirlemek için aşağıdaki formülden yararlanılır (<https://www.cozumaraştırma.com.tr/ornekleme-belirleme/>, Erişim Tarihi 12.02.2019).

$$n = \frac{N * t^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + t^2 * p * q}$$

Buna göre,

N: Ana kütle büyüklüğü

n: Örneklem Büyüklüğü

p: İlgilenilen Olayın Görülme Olasılığı

q: 1-p (veya ilgilenilen olayın görülmemesi olasılığı)

d: Kabul edilen +/- örnekleme hata oranı

t: anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Formülden yararlanılarak ana kütle oluşturulan 191 adet mali müşavirin, t istenilen anlamlılık düzeyi %5 (t tablosu değeri 1,96) ve d kabul edilen (± 5) örneklem hata oranı ile örneklem büyüklüğü aşağıdaki gibi bulunmuştur.

$$n = \frac{191 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2 * (191 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50} = 127,79$$

%5 hata payı ile yapılacak olan çalışmada asgari anket sayısı 128 olarak bulunmuştur. Karaman da mali müşavirler ile 150 adet yapılmıştır. 12 adet anket eksik ve tutarsızlıkları nedeniyle çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışma geçerli kabul edilen 138 anket ile hazırlanmıştır.

3.5.Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma Karaman ili ile sınırlı tutulmuştur. Karamanda 206 adet mali müşavirden 5'i mesleği çeşitli nedenlerle yapmaması 10 adedi ise ilçelerde çalışıyor olması nedeniyle çalışmaya dahil edilmemiştir.

3.6.Çalışmada Kullanılan Yöntem ve Teknik

Muhasebe meslek mensupları, e-muhasebe uygulamalarının aktif kullanıcıları olmaları nedeniyle bu konuda yaşanan sorunları ortaya koyabilecek en uygun meslek gurubu olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu bağlamda çalışmada veri elde etmek amacıyla anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket verileri görevlendirilen anketörler aracılığıyla yüz yüze görüşme yapılarak doldurulmuştur. Anket toplama süreci 26.12.2018 tarihinde başlamış, 06.02.2019 tarihinde tamamlanmıştır. Çalışma için kullanılan anket formunun oluşturulmasında; Elçin ve diğ. (2018), Gönen ve Solak (2017), Çınar ve Güney (2012) tarafından yapılan çalışmalardan ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ile yapılan mülakatlar sonucu edinilen bilgilerden yararlanılmıştır. Anket demografik bilgiler ve 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır. Ölçekte sayısal değerler 1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum olarak belirlenmiştir. Anket verilerinin analizi için SPSS 25 paket programı kullanılmıştır. Ölçek güvenilirliği ise SPSS Cronbach's Alpha değerine göre belirlenmiştir.

Cronbach Alfa Katsayısı 0-0,39 arası ölçeğin güvenilir olmadığı, 0,40-0,59 arası düşük güvenilirliğin olduğu, 0,60-0,79 ölçeğin oldukça güvenilir olduğu, 0,80-1 aralığının ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir (Akgül ve Çevik, 2005:435-436).

3.7.Araştırma Bulguları

Muhasebede e-dönüşüm sürecinde yaşanan sorunların tespitine yönelik olarak muhasebe meslek mensuplarına yönelik yapılan anket çalışmasına ait bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

| Demografik Bilgiler | | Frekans | Oran (%) | Kümülatif Oran (%) |
|------------------------|--------------------|---------|----------|--------------------|
| Cinsiyet | Bay | 119 | 86,2 | 100,0 |
| | Bayan | 19 | 13,8 | 13,8 |
| Yaş | 24 ve altı | 2 | 1,4 | 1,4 |
| | 25-34 | 19 | 13,8 | 15,2 |
| | 35-44 | 49 | 35,5 | 50,7 |
| | 45-54 | 56 | 40,6 | 91,3 |
| | 55 ve üstü | 12 | 8,7 | 100,0 |
| Eğitim Durumu | Lise ve altı | 6 | 4,3 | 4,3 |
| | Önlisans | 12 | 8,7 | 13,0 |
| | Lisans | 106 | 76,8 | 89,9 |
| | Lisansüstü | 14 | 10,1 | 100,0 |
| Mesleki Deneyim Süresi | 5 yıl ve altı | 11 | 8,0 | 8,0 |
| | 6-10 yıl | 30 | 21,7 | 29,7 |
| | 11-15 yıl | 33 | 23,9 | 53,6 |
| | 16-20 yıl | 27 | 19,6 | 73,2 |
| | 21 yıl ve üzeri | 37 | 26,8 | 100,0 |
| Çalışma Şekli | Bağımlı | 23 | 16,7 | 16,7 |
| | Bağımsız | 115 | 83,3 | 100,0 |
| Mesleki Unvanı | Muhasebe Personeli | 8 | 5,8 | 5,8 |
| | Stajyer SMMM | 1 | 0,7 | 6,5 |
| | SMMM | 129 | 93,5 | 100,0 |

Tablo 1'den de anlaşılacağı üzere katılımcıların büyük bir çoğunluğu erkek meslek mensuplarından oluşmaktadır. Yaş gruplarına bakıldığında 35-54 yaşlar arasında yoğunluğun olduğu görülmektedir. Katılımcıların %76,8'i gibi büyük bir oranı lisans mezuniyetine sahiptir. Mesleki deneyim süresi en yüksek %26,8 ile 21 yıl ve üzeri çalışanlar oluşturmaktadır. Ankete katılanların %70,3'ü mesleki deneyim süresi bakımından 11 yıl ve üzeri tecrübeye sahip kişilerdir. Ankete cevap verenlerin %93,5 SMMM'ken katılımcıların %83,3'ü bağımsız olarak çalıştıklarını beyan etmişlerdir.

Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüm ile ilgili vermiş oldukları bilgiler tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: E-Dönüşüm Soruları

| E-Dönüşüm Soruları | Frekans | Oran (%) | Kümülatif Oran (%) | |
|---|------------------------------------|----------|--------------------|-------|
| E-Dönüşüme dahil olma süreci? | Zorunlu Olarak | 113 | 81,9 | 81,9 |
| | Gönüllü Olarak | 25 | 18,1 | 100,0 |
| E-Uygulamalardan yararlanan mükellef sayınız? | 1-5 | 50 | 36,2 | 36,2 |
| | 6-10 | 50 | 36,2 | 72,4 |
| | 11-15 | 14 | 10,1 | 82,5 |
| | 16 ve üzeri | 24 | 17,5 | 100 |
| Mükelleflerinizin uygulamalardan yararlanma şekli? | GİB Portal ile | 73 | 52,9 | 52,9 |
| | Özel Entegratör ile | 16 | 11,6 | 64,5 |
| | Entegratör Aracılıyla | 9 | 6,5 | 71,0 |
| | GİB Portal ve Özel Entegratör | 40 | 29,0 | 100,0 |
| E-dönüşüm süreci ve işlemlerine yönelik seminerin/egitimin alındınız? | SMMM Odasından | 121 | 87,7 | 87,7 |
| | Hazine ve Maliye Bakanlığı'ndan | 2 | 1,4 | 89,1 |
| | Herhangi Bir Yerden Eğitim Almadım | 15 | 10,9 | 100,0 |
| E-dönüşüm süreci ve işlemlerine yönelik seminer/egitim durumunuz? | Hiç Katılmadım | 15 | 10,8 | 10,8 |
| | 1-3 | 69 | 50,0 | 60,8 |
| | 4-7 | 33 | 23,9 | 84,7 |
| | 8-11 | 11 | 8,0 | 92,7 |
| | 12 ve üstü | 10 | 7,3 | 100,0 |
| E-dönüşüm süreci ve işlemlerinde sorun yaşama sıklığı nedir? | 1-5 | 82 | 59,4 | 59,4 |
| | 6-11 | 35 | 25,4 | 84,8 |
| | 12-17 | 6 | 4,3 | 89,1 |
| | 18-23 | 8 | 5,8 | 94,9 |
| | 24 ve üzeri | 7 | 5,1 | 100,0 |

Tablo 2'de görüldüğü üzere muhasebe meslek mensuplarının %81,9'u e-muhasebe uygulamalarını zorunlu olarak kullanmaya başladıklarını gönüllü kullanmaya başlayanların oranının ise %18,1'de kaldığı görülmektedir. Katılımcıların %52,9'u e uygulamaları kullanmak için GİB portalını kullandığı E uygulamaları kullanan mükellef sayılarının ise %72,4 ile 1-10 kişi arasında olduğu gözlemlenmiştir. E-muhasebe süreci ve

işlemlerine yönelik olarak seminer veya eğitimlerin %87,7'sini Karaman SMMM Odasından aldıklarını söylerken bu sistemleri kullanmalarına rağmen %10,9'luk bir kesimin hiçbir eğitim almadığı anlaşılmaktadır. E-dönüşüm süreci ve işlemlerinde sorun yaşanma sıklığı %84,8 ile 1-11 arasında gerçekleşmiştir.

5'li likert ölçeğine göre hazırlanan anket 3 kısımdan oluşmaktadır. İfadelerin güvenilirliğini belirlemek için SPSS Cronbach's Alpha değeri her bir kısımda ayrı ayrı hesaplanmıştır.

E-dönüşümün muhasebe meslek mensuplarının iş yükü ve performansına yönelik sorunların tespiti için oluşturulan ifadelerin SPSS Cronbach's Alpha değeri 0,821 olarak bulunmuştur. Bu değere göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. E-dönüşümün muhasebe meslek mensuplarının iş yükü ve performansına yönelik ifadelerle verilen cevapların ortalamaları Tablo3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: İş Yükü ve Performans

| İş Yükü ve Performans | Cevap Sayısı | Ortalama | Standart Sapma |
|--|--------------|-------------|----------------|
| E-fatura ve E-defter kullanımında düzeltilmeyecek hata yapma ihtimali iş performansını olumsuz etkiliyor. | 138 | 3,83 | 1,120 |
| E-fatura ve E-defter kullanımında kayıtlı bilgilerin silinebilmesi ihtimali iş performansını olumsuz etkiliyor. | 138 | 3,74 | 1,161 |
| E-defter uygulamasında bir defterin boyutunun sınırlandırılması sonucunda sınırı aşan defterin bölünmesi bazı teknik ve kullanım hatalarına yol açar ve muhasebenin iş yükünü artırır. | 138 | 3,91 | 1,070 |
| E-defter kayıtlarında her belgenin tek bir yevmiye kaydında muhasebeleştirilmesi muhasebenin iş yükünü artırır. | 138 | 3,72 | 1,225 |
| E-defter içerik bilgilerinin sistemde bulunmaması e-defterin sisteme yüklenmesi sırasında bazı hataların yapılmasına yol açar. | 138 | 3,77 | 1,135 |
| E-defter uygulamasında işlem yapılan her aya ilişkin beratın alınması zorunluluğu muhasebenin iş yükünü artırır. | 138 | 3,91 | 1,057 |
| E-Muhasebe uygulamaları muhasebe meslek mensuplarının iş yükünü arttırmıştır. | 138 | 4,03 | 1,114 |
| Ortalama | 138 | 3,84 | |

Tablo 3'de de görüldüğü üzere e-dönüşümün muhasebe meslek mensuplarının iş yükü ve performansa etkisinin ortalaması 3,84 (4 Katılıyorum'a daha yakın) seviyesinde olduğu görülmektedir. E-uygulamalarda kayıtlı bilgilerin silinmesi ve hata yapma ihtimalinin muhasebe meslek mensuplarının iş performansını olumsuz etkilediğini belirtilmiştir. E-muhasebe uygulamaları muhasebe meslek mensuplarının iş yükünü arttırdığı düşüncesi 4,03 (4 Katılıyorum) ortalama ile iş yükü ve performansa ilişkin ölçeklerden sorun olarak görülen en yüksek değer olmuştur. Meslek mensupların iş yükü arttıran, e-defter boyutunun sınırlandırılması sonucu oluşan hatalar, her bir belgeyi tek bir yevmiye kaydında muhasebeleştirilmesi, her aya ilişkin işlem beratının alınması gibi durumlar 3,84 ile ortalamanın üzerinde (4 Katılıyorum'a daha yakın) bir oranda birer sorun olarak görülmektedir.

E-dönüşüm konusunda alt yapıya yönelik sorunların tespitine yönelik oluşturulan ifadeler için SPSS Cronbach's Alpha değeri 0,637 olarak bulunmuştur. Buna göre ölçek oldukça güvenilirdir. E-dönüşüm konusunda muhasebe meslek mensuplarının personel ve maliyetlerine yönelik sorulara verilen cevapların ortalamaları Tablo4'de gösterilmiştir.

Tablo 4: Alt Yapı

| Alt Yapı | Cevap Sayısı | Ortalama | Standart Sapma |
|--|--------------|-------------|----------------|
| Kullanmakta olduğunuz muhasebe programı e-dönüşüm için yeterli alt yapıya sahiptir. | 138 | 3,91 | 1,017 |
| Mevzuat değişiklikleri bilişim sistemine zamanında uyarlanmamaktadır. | 138 | 3,82 | 1,160 |
| Elektronik ortamda Gelir İdaresi Başkanlığı'na erişimde zaman zaman sıkıntıların yaşanmaktadır. | 138 | 3,83 | 1,085 |
| Erişimdeki aksaklıklardan dolayı beyannameler zamanında verilmediğinde, bunun idare tarafından mücbir sebep olarak kabul edilmemektedir. | 138 | 3,60 | 1,193 |
| E-fatura ve E-defter kullanımında sürekli teknik problemler yaşanmaktadır. | 138 | 3,57 | 1,171 |
| Ortalama | 138 | 3,75 | |

Muhasebede e-dönüşümün konusunda yaşanan alt yapı sorunlarına ilişkin ifadeler verilen cevapların ortalaması 3,75 ile (4 Katılıyorum'a daha yakın) olduğu belirlenmiştir. 3,91 ortalama ile kullanılmakta olan muhasebe programlarının e-dönüşümünde herhangi bir alt yapı sorununun olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak mevzuat değişikliklerinin zamanında uyarlanmaması, GİB portala erişimde aksaklıklar yaşanması alt yapı sorunu olarak görülen konular olmuştur.

E-dönüşümün konusunda maliyet ve eleman eksikliğine ilişkin ifadeler için SPSS Cronbach's Alpha değeri 0,608 olarak bulunmuştur. Buna göre Cronbach's Alpha değeri literatürde kabul edilen sınırın üzerinde olması nedeniyle ölçek oldukça güvenilir olarak nitelendirilebilir. E-dönüşümde eğitim ve eleman eksikliği konusunda sorunlara ilişkin ifadeler verilen cevaplar Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 5: Maliyetler ve Eleman Eksikliği

| Maliyetler ve Eleman Eksikliği | Cevap Sayısı | Ortalama | Standart Sapma |
|--|--------------|-------------|----------------|
| E-muhasebe sistemine geçen işletmelerde kalifiye eleman eksikliği önemli bir sorundur. | 138 | 4,20 | 0,870 |
| E-muhasebe uygulamaları konusunda mükellefler yeterli bilgilendirilmemektedir. | 138 | 3,76 | 1,235 |
| Meslek mensupları, muhasebe yazılımlarını yeterli düzeyde bilmemektedir. | 138 | 3,25 | 1,289 |
| E-dönüşümün hizmet maliyetini artırmaktadır. | 138 | 3,95 | 1,180 |
| E-dönüşüm mükelleflerime ek maliyet getirmektedir. | 138 | 3,86 | 1,135 |
| E-dönüşüm için muhasebe yazılımları pahalıdır. | 138 | 4,04 | 1,130 |
| E-fatura ve E-defterin kullanımı hakkında GİB tarafından yapılan bilgilendirme yeterlidir. | 138 | 3,22 | 1,307 |
| Ortalama | 138 | 3,75 | |

Tablo 5’den de anlaşılacağı üzere e-dönüşümde eğitim ve eleman eksikliği konusunda sorunlara ilişkin ifadeler verilen cevapların ortalaması 3,75 ile (4 Katılıyorum’a daha yakın) olduğu belirlenmiştir. En çok algılanan sorun ise 4,20 ortalama ile kalifiye eleman eksikliği görülmektedir. Aynı şekilde mükelleflerinde e-dönüşüm konusunda bilgilendirilmesi gerektiği belirtilmiştir. E- dönüşüm için muhasebe yazılımlarının pahalı olması, ek maliyet getirmesi ve hizmet maliyetini arttırması algılanan diğer sorunlar olmuştur.

SONUÇ

Teknolojide yaşanan gelişmeler hayatın her alanında etkili olduğu gibi muhasebe alanında da kendini göstermiş ve rasyonel değişimlere neden olmuştur. Muhasebe alanında bilgisayar yazılımlarının kullanılmasıyla başlayan teknolojik değişim ve dönüşümler günümüzde mali işlemlerin bir çoğunun elektronik ortamda hazırlanmasına imkan verebilecek düzeye gelmiştir. Bugün e-uygulamalar olarak da nitelendirilebilen e-fatura, e-defter, e-arşiv gibi uygulamalar bilgi teknolojilerinin getirdiği en son yeniliklerdir.

Muhasebede e-dönüşümü sağlayabilmek için Hazine ve Maliye Bakanlığı yetkilendirilmiş ve ilk olarak belli şartlar altında e-fatura kullanımını zorunlu hale getirerek e-dönüşüm süreci başlatmıştır. Sonraki süreçte e-fatura uygulamasının kapsamının genişletilmesi ve diğer e-uygulamaların kullanımının sağlanması ile e-dönüşüm süreci hızlandırılmıştır.

Kayıt dışı ekonomiyi tespit edebilmek, vergi kaçacağını önleyerek vergi gelirlerinin arttırılmasını sağlayabilmek, mükelleflerin denetiminin çok daha hızlı ve kaliteli olarak yapılabilmesini olanak sağlamak, bilgiye erişim hızını arttırabilmek, işletme maliyetlerinde tasarruf sağlayabilmek, belgelerin muhafazasını kolaylaştırabilmek gibi amaçlar nedeniyle muhasebenin e-dönüşüm süreci başlamıştır.

Her ne kadar e-dönüşümünün sağlayabileceği avantajlar bulunsa da uygulamada çeşitli sorunların da yaşanabileceğini söylemek yanlış olmaz. Bu nedenle çalışmada, e-uygulamaların en aktif kullanıcıları olan muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüm sürecinde yaşadıkları sorunların tespit edilerek çözüm önerilerinin getirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma evrenini oluşturan Karaman Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına kayıtlı 206 adet muhasebe meslek mensubu bulunmaktadır.

Yapılan çalışmaya ile e-dönüşüme zorunlu olarak dahil olanların ve e-uygulamalara GİB portal üzerinden ulaşanların oranının çok daha fazla olduğu, e-uygulamalar konusunda eğitim ve seminerlerin ise çoğunlukla Karaman Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası’ndan aldıkları anlaşılmıştır. %10,8 gibi bir oranda meslek elemanının e-dönüşüm konusunda herhangi bir eğitim almadıklarını söylemesi ise dikkat çekici bir orandır.

E-dönüşüm uygulamaları muhasebe meslek mensuplarının iş yükünü arttırdığı, hata yapma ihtimalinin ise iş performansını olumsuz etkilediği anlaşılmıştır. Mevzuat değişikliklerinin zamanında uyarlanamaması, GİB portala erişimde aksaklıklar yaşanması alt yapı sorunu olarak görülen diğer konular olmuştur.

E-dönüşümün getireceği maliyetler ve nitelikli eleman eksikliğine ilişkin sorunların tespitine yönelik oluşturulan ifadeler de en büyük sorun algısının kalifiyeli eleman eksikliği olduğu anlaşılmıştır. E-dönüşüm konusunda mükelleflere de eğitimler verilmesi gerektiği, muhasebe yazılımlarının pahalı olması ve ek maliyetler getirmesi sorun olarak görülen başka konu başlıkları olmuştur.

Sonuç olarak, en çok sorun olarak algılanan konu kalifiyeli eleman ve e-uygulamalar konusunda verilen eğitimlerin eksikliği olmuştur. Zira e-uygulamaları kullanmasına rağmen hiçbir eğitim almadığını beyan eden %10,8 gibi bir oran bulunmaktadır. Aynı zamanda e-uygulamaları kapsamının genişletilerek kullanan mükellef sayısı ilerleyen yıllarda artacağı öngörüldüğü için nitelikli eleman ihtiyacı da artacaktır. Bu eksikliğin giderilmesi için başta Hazine ve Maliye Bakanlığı ve muhasebe meslek odaları olmak üzere e-uygulamalar konusunda verilen eğitimleri periyodik olarak tekrarlamalıdır. Üniversitelerin, muhasebe e-uygulamaları konusunda verecekleri eğitimler ile piyasanın ihtiyacı olan nitelikli elemanın yetiştirilmesine katkı sağlanabilecektir. Düzenlenen eğitim, seminer ve panellere sadece Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler değil e-uygulamaları gönüllü veya zorunlu olarak kullanan mükelleflerinde faydalanmasını sağlamak yararlı olacaktır. Bu eğitim hizmetlerine erişimin kolaylaştırılabilmesi için online eğitim portalları geliştirilmesi sürece katkı sağlayacaktır.

E-dönüşüm teknolojik alt yapı gerektiren uygulamalar olması nedeniyle işletmelere ek maliyetler getirebilmektedir. Bu alt yapı eksikliğinin giderilebilmesi ve mükelleflerin gönüllü olarak da sisteme katılımının arttırılabilmesi için devletin e-uygulama kullanıcılarına ekonomik teşvik sağlaması yararlı olacaktır. Bu sayede e-uygulamaları kullanan mükellef sayısı atılarak beklenen katma değer sağlanmış olacaktır. Verilecek ekonomik teşvikler vergi kaybını önlenmesine dolayısıyla vergi gelirlerinin arttırılmasına fayda sağlayacaktır.

Meslek mensuplarının iş yükü ve performansına yönelik sorunların çözümü için kullanılan uygulamaların basitleştirilmesi, sistem eksikliklerinin giderilmesi, yapılabilecek hataların zamanında düzeltilebilmesi kısmen de olsa faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgül, A., ve Çevik, O. (2005). İstatistiksel Analiz Teknikleri "SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları" (2. Baskı). Ankara: Emek Ofset.
- Amudi, M., Effah, J., ve Abor, J. (2011). E-Accounting Practices Among Small and Medium Enterprises İn Ghana. *Journal of Management Policy and Practice*, 12(4), 146-155.
- Calayoğlu, İ. (2019). Elektronik Vergi Denetimindeki Teknolojik Gelişmeler ve Tam Denetime Geçiş Adımları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (81), 143-162.
- Çınar, O., ve Güney, S. (2012). Muhasebe Meslek Mensuplarının E-Sorunlar Hakkındaki Görüşleri: Erzurum Örneği. *Ekev Akademi Dergisi*, (50), 259-272.
- Çözüm Araştırma Eğitim ve Danışmanlık Sitesi, <https://www.cozumrastirma.com.tr/ornekleme-belirleme/>, [İndirme Tarihi 12.02.2019].
- Demirkan, B. (2013). Son Düzenlemeler Işığında Elektronik Fatura Uygulaması. *Vergi Raporu Dergisi*, (166), 68-73.
- Diñç, E., ve Karakaya, A. (2004). Muhasebe Meslek Elemanlarının Genel Özelliklerinin E- Muhasebe Uygulamaları Üzerine Etkileri: Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi EA Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (4), 119-134.
- Doğan, U., ve Tercan, Y. (2015). e-Defter İle Neler Değişti, Neler Değişecek, <https://www.tayyاراتes.com.tr/single-post/2015/04/01/eDefter-%C4%B0le-Neler-De%C4%9Fi%C5%9Fti-Neler-De%C4%9Fi%C5%9Fecek>, [İndirme Tarihi: 30.01.2019].
- E-Defter Genel Teliği. (Sıra No 1); 13.12.2011 tarih ve 28141 Sayılı Resmi Gazete.
- Elçin, R., Gerekan, B., ve Usta, M. (2018). E-Fatura, E-Defter, ve E-Arşiv Uygulamalarına Geçiş Sürecinde Yaşanan Sorunlar: Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Üzerine Bir Araştırma. *Mali Çözüm*, (146), 13-42.
- Gelir İdaresi Başkanlığı E-Defter Sitesi: <http://www.edefter.gov.tr/edefterkayitlikullanıcılar.html>, [İndirme Tarihi: 03.02.2019].
- Gelir İdaresi Başkanlığı E-Fatura Sitesi: <http://www.efatura.gov.tr/efaturahakkında.html>, [İndirme Tarihi: 02.01.2019].
- Gökçen, G., ve Özdemir, M. (2016). Türkiye'de Muhasebe Uygulamalarından E-Defter ve E-Fatura Uygulaması. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(46), 137-154.
- Gönen, S., ve Solak, B. (2017). Maliye Bakanlığı E-Dönüşüm Sürecinin Muhasebe Meslek Mensupları Açısından Değerlendirilmesine İlişkin Bir Alan Araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (76), 63-80.
- Güney, A. (2014). Role Of Tecnology İn Accounting and E-Accounting . *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (152), 852-855.
- Güney, S., ve Özyiğit, H. (2015). Muhasebedeki Verileri Yönetiminde Kullanılması ve Elektronik Muhasebe Verilerinin Yönetim Kararlarına Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53), 279-297.
- İstanbul Yeminli Mali Müşavirler Odası, <http://www.istanbulymmo.org.tr/Data/Platform/823.pdf>, [İndirme Tarihi: 12.02.2019].
- Kara, M., ve Yılmaz, A. B. (2017). Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlerde E-Belge Kullanımı ve Uygulamaları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 253-268.
- Karaman Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, <http://www.karamansmmmo.org.tr/uyelistesi.aspx>, [İndirme Tarihi:12.02.2019].
- Karasioğlu, F., ve Samancı, T. H. (2018). Mali Müşavir-Mükellef İlişkileri Bağlamında Beklentiler, Sorumluluklar ve Yükümlülükler; Karaman İli Özelinde Bir Anket Çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (67), 432-451.
- Lian, J. W. (2015). Critical Factors for Cloud Based E-Invoice Service Adoption in Taiwan:An Empirical Study. *International Journal of Information Management*, 98-109.
- Marinagi, C., Trivellas, P., Reklitis, P., ve Skourlas, C. (2015). Adoption and Use of E-invoicing in Greece. *International Conference on Integrated Information*, 279-286.
- Ortega, B. H. (2012). Key Factors for the Adoption and Subsequent use of E-Invoicing. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 15-30.
- Öz, E., ve Bozdoğan, D. (2012). Türk Vergi Sisteminde E- Maliye Uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 67-92.
- Spoz, A. (2014). A Look At E- Invoices From Enterprises And Government's Perspective. *Research Papers of Wroclaw University of Economics*, 254-264.
- Tektüfekçi, F. (2017). E-Dönüşüm Sürecinde E- Muhasebe Uygulamaları: Türkiye Örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 12(1), 79-88.
- Tektüfekçi, F. Ş. (2013). Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmelerin Muhasebe Uygulamalarına Etkisi: E- Muhasebe. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 89-102.
- Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. (Sıra No 421); 14.12.2012 tarih ve 28497 Sayılı Resmi Gazete.
- Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. (Sıra No 454); 20.06.2015 tarih ve 29392 Sayılı Resmi Gazete.
- Yanık, R., ve Karadaş, A. (2013). E-Faturanın Türkiye Muhasebe Standartları Uyum Sürecine Uygun Düzenlenmesine İlişkin Bir Öneri. *Ekev Akademi Dergisi*, 133-141.
- Yürekli, E., Gönen, S., ve Şahiner, A. (2016). E-Fatura Uygulamasına İlişkin Bir Değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (35), 290-302.

Z Kuşağının Kariyer Beklentileri: Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama

Career Expectations of Generation Z: An Application on High School Students

Gökhan ÜNLÜ *
Hüseyin ÇİÇEK**

ÖZ

Her bireyin dünyaya geldiği zaman aralığında teknolojik, ekonomik ve çevresel şartlar değişim göstereceğinden bu değişim bireyin kişiliğinde ve kariyer beklentisinde de etki edeceği düşünülmektedir. Bu düşünce doğrultusunda yıllar baz alınarak kuşakların sınıflandırılması yapılmıştır. Literatürde farklı sınıflandırmaların yer alması sebebiyle çalışmamızda Fox (2011)'in sınıflandırması kullanılmıştır. Bu sınıflandırmalardan hareketle en genç kuşağı, Z kuşağının oluşturduğu görülmektedir. Henüz iş yaşamında aktif olarak katılım göstermemekte olan Z kuşağı bireyleri yavaş yavaş iş yaşamında varlık göstermeye başladı. Teknoloji ile birlikte gelişip büyüyen bu kuşak bireylerinin hayata bakış açıları ve geleceğe yönelik tutum ve davranışları diğer kuşak bireylerine göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklardan hareketle Z kuşağı bireylerinin kariyer ve gelecek beklentileri ölçülmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Isparta merkezde bulunan ve liselerde eğitim görmekte olan 451 öğrenci üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmada McWhirter ve McWhirter (2008) tarafından geliştirilen FESA (Future Expectations Scale for Adolescents) ölçeğinin Tuncer (2011) tarafından Türkçeye uyarlaması olan Ergen Gelecek Beklentileri Ölçeği (EGBÖ) kullanılarak ölçüm yapılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans analizi, açılımlayıcı faktör analizi, bağımsız örneklem t testi, anova testi ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analizler ortalama ve standart sapmalarla belirlenmiş olup bu doğrultuda Z kuşağı bireyleri ile kariyer beklentileri arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Kuşaklar, Z Kuşağı, Kariyer Beklentisi, Öğrenciler

ABSTRACT

Since the technological, economic and environmental conditions will change in the time period in which each individual comes into the world, this change is thought to affect the personality of the individual. In line with this idea, the generations were classified based on years. Based on these classifications, it is seen that the youngest generation is formed by the Z generation. Z generation individuals who have not been actively involved in business life have begun to appear in business life. The perspectives of this generation of individuals who develop and grow with technology and their attitudes and behaviors towards the future differ according to other generation individuals. Based on these differences, the aim of the study is to measure career and future expectations of Z generation individuals. For this purpose, a questionnaire was applied on 451 students in Isparta center and in high schools. McWhirter Research and McWhirter (2008) developed by FESA (Future Expectations Scale for Adolescents) scale of Tuncer (2011) Turkish by an adaptation Adolescent Future Expectations Questionnaire (EGBÖ) measurements were conducted using. Frequency analysis, exploratory factor analysis, independent sample t test, anova test and correlation analysis were used to analyze the data. The analyzes were determined by mean and standard deviations and it was determined that there were significant differences between Z generation individuals and career expectations.

KEYWORDS

Generations, Generation Z, Career Expectations, Students

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 21.03.2019 | 19.09.2019 |
| Atıf | Ünlü, G. ve Çiçek, H. (2019). Z Kuşağının Kariyer Beklentileri: Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 447-458. |

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, gokhanunlu@ogr.mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0753-4470

** Doç.Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, hcicek@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8284-7955

GİRİŞ

Kuşak kavramı literatürde derin bir çalışma alanına sahip bir konu olması sebebiyle ön plana çıkmaktadır (Williams, 2015). Literatür incelemesi sonucunda kuşakların farklı kaynaklarda değişik sınıflandırmalar ve başlıklar altında toplandığı görülmektedir (Yiğit, 2010; Akdemir ve diğ. 2013; Keyles, 2005). Bu çalışmada kuşaklar kavramsal olarak kuşaklar beş ana başlık altında incelenmektedir. İnternet ve teknoloji ile gelişip büyümekte olan Z kuşağı ise bu çalışma alanının bir grubunu oluşturmaktadır. Z kuşağını diğer kuşaklardan ayıran en önemli özelliği, internet ve teknoloji ile iç içe olmasıdır (People, 2016; Sladek ve Grabinger, 2014). Bu kuşağın bireyleri, tüketimin fazla olduğu bir topluluğun içerisinde büyümektedir. Z kuşağı bireylerinin bireysel çalışma yönleri daha ağır basmaktadır. Bu kuşağın çalışma hayatına yeni giriyor olması, Z kuşağı bireylerinin iş yaşamları hakkında çabuk sıkılabilecekleri ve işten kolay vazgeçebilecekleri tahminleri üzerinde durulmaktadır (Taş ve diğ. 2017). Bu kuşak bireylerinin çabuk kavrama ve aynı anda birden fazla işi yapabilmeye yetenekleri, iş hayatında başarılı olacaklarını bir garantisi olarak düşünülebilir. Z kuşağı bireylerinin, özgüveni yüksek ve kariyer odaklı bir nesil olduğunu söyleyebiliriz. Yapılan bu çalışmada kuşakların içerisinde, teknoloji odaklı gelişim gösteren ve yakın zamanda iş yaşamında yerini almaya başlayacak olan Z kuşağı bireylerinin kariyer beklentilerinin ne doğrultuda olduğu konusunda kavramsal inceleme yapılmıştır. Yapılan inceleme sonrasında ise araştırma verilerinin analizleri sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda araştırmaya yönelik olarak değerlendirmeler yapılmıştır. Teknoloji ile büyüyüp gelişmekte olan Z kuşağı yetişkin olduklarında gelecekte beklenenleri üzerinde ve kariyer hedeflerinin ortaya çıkarılması hususu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

1.KUŞAKLAR VE Z KUŞAĞI

Kuşak kavramı kaynaklarda farklı olarak tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumunda yer alan kuşak, aşağı yukarı aynı tarih aralığında doğmuş ve aynı çağın koşul ve sıkıntılarını paylaşmış olan kişilerin oluşturduğu grup olarak tanımlanmaktadır. (<http://www.tdk.gov.tr>). Kuşak birbirine benzer zaman aralığında doğmuş ve birbirine benzer şekilde yaş ve aynı yaşam dönemini paylaşan ve bu yaşam döneminde belirli olay ve olguları kendileri tarafından şekillendirilmiş olan insan topluluğunu ifade etmek için kullanılmaktadır (Keleş, 2011). Yapılan bir başka çalışmada ise kuşak, aynı dönem içerisinde yaşamakta olan ve birbirleri ile aynı özellikleri bulunan bireylerin oluşturmuş oldukları gruplar olarak tanımlanmaktadır. (Adıgüzel ve diğ. 2014). Tüm bu tanımlardan hareketle kuşak kavramını; aynı tarih aralığında doğmuş ve bu tarih aralığındaki koşul ve sıkıntılardan olumlu veya olumsuz olarak etkilenmiş bunu yanı sıra birbirleriyle ortak özellikleri olan bir insan topluluğu olarak ifade edebiliriz. Söz konusu olan bu kuşakların isimlendirilmesi ve yıl olarak sınıflandırılmasında farklı görüşler olduğu görülmektedir. Bu farklı görüşler Tablo.1 de görülmektedir.

Tablo.1: Farklı Kaynaklarda Yer Alan Kuşak Sınıflandırmaları

| Kaynaklar | Kuşak Sınıflandırmaları | | | | |
|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------|---|-------------------------------|
| | Sessiz Kuşak (1925-1943) | Patlama Kuşağı (1943-1960) | 13. Kuşak (1961-1981) | Milenyum Kuşağı (1982-2000) | |
| Howe ve Strauss (2000) | | | | | - |
| Lancaster ve Stillman (2002) | Gelenekçiler (1900-1945) | Bebek Patlaması (1946-1964) | X Kuşağı (1965-1980) | Milenyum Kuşağı, Patlama Kopyası, Y Kuşağı, Gelecek Kuşak (1981-1999) | - |
| Martin ve Tulgan (2002) | Sessiz Kuşak (1925-1942) | Bebek Patlaması (1947-1960) | X Kuşağı (1965-1977) | Milenyumlar (1978-2000) | - |
| Oblinger ve Oblinger (2005) | Yetişkinler (<1946) | Bebek Patlaması (1947-1964) | X kuşağı (1965-1980) | Y Kuşağı, Net Kuşağı, Milenyumlar (1981-1995) | Milenyum Sonrası (1995-Şimdi) |
| Tapscott (1998) | - | Bebek Patlaması (1946-1964) | X Kuşağı (1965-1975) | Dijital Kuşak (1976-2000) | - |
| Zemke ark | Eski Askerler (1922-1943) | Bebek Patlaması (1943-1960) | X kuşağı (1960-1980) | Gelecektekiler (1980-1999) | - |

Kaynak: Reeves ve Oh, 2008

Tablo. 1 de yer alan farklı tanımlardan hareketle kuşaklar Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması, X, Y ve Z Kuşağı olmak üzere 5'e ayrılarak sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu kuşaklardan ilki olan Sessiz Kuşak 1925-1945 tarih aralığında doğmuş bireyleri ifade eder. Bebek Patlaması Kuşağı ise 1946-1964 yılları arasında doğmuş olan bireylerin oluşturmuş olduğu grubu ifade eder. Bir diğer kuşak olan X kuşağı ise Bebek Patlaması kuşağı bireyleri tarafından büyütülmüş olan 1965-1979 yılları arasında bulunan kişilerin oluşturduğu kuşağı ifade etmektedir. Y kuşağını ise 1980- ve 1999 yılları arasında dünyaya gelmiş olan bireylerin oluşturduğu kuşaktır. Son olarak da bu araştırmanın temel konusu olan Z kuşağını ise 2000 ve sonrasındaki yıllar arasında doğmuş kişilerden oluşmaktadır (Fox, 2011). Bu kişiler "Kuşak I", "İnternet Kuşağı", "Next Generation" veya "İ Gen" gibi adlarla isimlendirilmektedirler. Bunun yanı sıra bu kuşak bireyelerine verilen bir diğer isim ise "Instant Online" (Her daim aktif) kuşağıdır (Lavicate, 2012; Strauss ve Howe, 2001). Söz konusu kuşaktaki bireyeler X kuşağı tarafından büyütülmüşler ve Y kuşağı ile de etkileşim halinde olmuşlardır. Bu kuşak kriz, çevresel sorunlar ve bunun yanı sıra terörizm gibi zorluklarla karşı karşıya olan bir dünyada doğmuşlardır. Bu olumsuz gelişmelerin yanında Z kuşağı bireyleri internet, teknoloji vb. konularında psiko-motor becerileri ile birlikte etkili bir şekilde yaygın olarak kullanım ve gelişimine tanık olmuşlardır (Başol ve Aydın, 2014). Söz konusu olan bu psiko-motor beceri duyu organları, beyin ve kasların birbiriyle bağlantılı çalışmasından ortaya çıkan doğru ve uyumlu bir davranış bütünüdür (Şen, 2012). Bu sebepten dolayı kuşaklar içerisinde psiko-motor becerileri en gelişmiş olan bu kuşak bireyleri aynı anda birçok konu üzerinde düşünme ve yeteneklerini geliştirip kullanabilme kabiliyetine sahip bir kuşak olarak ön plana çıktığı görülmektedir.

Bu kuşağın hafızasının kuvvetli olmasından dolayı öğrenmede ezbercilikten çok oyun ve eğlenceli yol ve yöntemler kullanmaktadır (Büyüksulu, 2017). Kuşakların her birinin kendisine has karakteristik özellikleri, değer ve tutumları bunun yanı sıra güçlü ve zayıf yönlerinin olduğu söylenebilir. Buradan hareketle herhangi bir kuşağı ifade ederken kalıplaşmış sözlerin olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Kuşakları belirli bir kalıp içerisinde tanımlama yaparken, bu kalıp içerisine giren her bir bireyin bu özellikleri taşıdığını söylemek doğru bir ifade değildir (Schwarz, 2008) Z kuşağı bireyelerinin kariyer beklentilerinde etkili olan bir diğer faktör ise otorite kavramıdır. Otoriteyi elinde bulunduran işletme sahibinin kendisini bir birey olarak tanıyıp o şekilde bir yaklaşım sağlamasını beklemektedir. Bu özelliği ile de Y kuşağına benzemektedir (Boovee ve diğ. 2007). Şu halde birkaç yıl içerisinde aktif olarak iş hayatında da yer alacağını söylenen bu kuşak bireyelerinin iş yaşamına dair özelliklerine göre,

Z kuşağında yer alan bireyelerin iş yaşamlarında çalışacakları şirketlerin marka değerleri ve sunacakları sosyal imkanlar ile yakından ilgilendikleri ve yapacakları tercih sıralamasında ise bu iki faktörün etkili olacağı yapılan araştırmayla ortaya koyduğu düşünülmektedir (Sarioğlu ve Özgen, 2017). Dolayısıyla Z kuşağı bireyelerinin iş yaşamından varlığının artmasıyla birlikte daha çok ekranın var olacağı kuralların ve kâğıt israfının azalacağı bunun yanı sıra esnek bir çalışma saati sistemi içerisinde pek çok yeni görevlerin olacağı belirtilmektedir. Tıpkı bir sinema seti gibi proje ve geçici gruplar kurularak kadın ve erkeğin eşit olduğu bir çalışma ortamının gündeme geleceği ileri sürülmektedir (Taş ve diğ. 2017).

2.KARİYER VE KUŞAKLARIN KARİYER BEKLENTİSİ

Kariyer kavramının ilk kullanımı 16. yüzyıldan bu zamana kadar olmasına rağmen insanlar ve iş yaşamı için ilk olarak bilimsel bir şekilde kullanılması Anne Roe'nun 1956 yılında kaleme aldığı "Meslekler Psikolojisi" kitabı ile ortaya çıkmaktadır. Bunun sonrasında ise 1957 yılında Donald E.Supper'in yazmış olduğu "Kariyer Psikolojisi", 1963 yılında Tiedeman ve Ohara'nın "Kariyer Gelişimi, Seçimi ve Uyarlanması ile Bireysel Kariyer Gelişim Teorisi" ve bunlara ek olarak 1966 yılında John Holland'ın kaleme almış olduğu "Meslek Tercih Teorisi" ile birlikte kariyer kavramı bir tartışma konusu olmuştur (Özgen ve Yalçın, 2015). Kariyer günlük dilde; meslek kollarında ve iş yaşamında daha ileriye gitmek, başarıyı yakalamak ve bireyin bütün bu iş yaşantısı boyunca üstlenmiş olduğu roller ile ilgili deneyimlerinin bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Taşlıyan ve diğ. 2011). Bu bütünlük içerisinde kariyer kavramı kullanılmaya başlandığı andan itibaren insanların aklında farklı tanımlar oluşmuştur. Bu kavramsallaştırma basit olabileceği gibi çok karmaşık anlamlarda da olabilmektedir. Literatür incelendiğinde kariyer kavramı ile ilgili birçok tanımla karşılaşılabilir (Eryiğit, 2000). Kariyer, bir iş görenin çalışma yaşamını anlatan süreçtir (Ergeneli ve diğ. 2016). Kariyer, bir kişinin hedeflemiş olduğu bir yaşam tarzı için uzun bir dönemde elde etmiş olduğu veya elde edebileceği eğitim, yetenek ve deneyimlerinin bir bütünü olarak tanımlanabilir (Anafarta, 2001). Farklı yönlerden tanımlanan kariyer kavramında ortak bir yönden bakıldığında, bir ölçüt olarak "başarı derecesini" çağrıştırmasıdır.

Bu bağlamda kariyer sözcüğü planlama olarak da değerlendirilmektedir. Kariyer planlama kişinin iş hayatında sahip olduğu veya olmak isteyeceği ve olumlu olarak kullanıldığında ise duymaktan hoşlanabileceği bir sözcüktür (Atay, 2006). Bu sözcük planlama bağlamında da değerlendirilmektedir. Kariyer planlaması, iş

hayatında arzu ettiği sonuçları başarabilmesi için amaçların belirlenmesini içermektedir. Kariyer planlaması, kişilerin yapmış oldukları işlerde daha verimli ve mutlu olmalarını sağlayabilmektedir (Aydemir, 2018). Bir kariyer planını uygun bir şekilde yapılmış olması sayesinde bir yönetim, daha gelişmiş olan ve hedef odaklı çalışanların desteğinden keyif alarak, çalışanlarının kaygılarını inceleyerek onların iş performanslarını arttırabilmelerine ve gelecekte bu fırsatlardan yararlanabilmelerine imkan sağlamaktadır (Tanoli, 2016). Kariyer planlaması motivasyon ve kaliteyi bunların yanında ise bireyin ve işletmenin hedeflerini ortak bir noktada buluşturarak bunun sonucunda ise verimliliğin arttırılması için insan kaynakları departmanının vazgeçilmez bir uygulaması haline gelmiştir. Kariyer planlamasının temel amacı olarak örgütün etkinlik ve verimliliğinin arttırılması olduğunu söylenebilir (Taşlıyan, 2011). Kariyer gelişimi, bireyin kendi ait kariyer planlarına ulaşmasını ve başarıyı elde edebilmesini sağlayacak bir anlamı ifade etmekle birlikte kariyer planının başarılı olarak uygulanabilmesi için gerekli olan faaliyetleri içermektedir (Aşkun, 2006).

2.1.Z Kuşağı İle Kariyer Beklentisi İlişkisi

Z kuşağı ile kariyer beklentisinin ilişkisi teorik ve ampirik çalışmalarla incelenmiştir. Bu doğrultuda literatürde yapılan birçok çalışma olduğu bilinmektedir. Örneğin; Bilici (2015)'in gerçekleştirmiş olduğu turizm eğitimi almış sektör çalışanlarının kariyer beklentileri (Fethiye örneği) adlı çalışmasında otel çalışanlarının kariyer beklentisi algıları cinsiyete, aldıkları eğitime ve çalıştıkları departmana göre anlamlı bir farklılık bulunmazken; sektörde çalışma süreleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Benzer bir çalışma olan Aydemir (2018)'in gastronomi ve mutfak eğitimi alan lisans öğrencilerinin kariyer beklentilerini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Yapılan bu çalışmada ise öğrenim görülen sınıf, yaş ve ailenin aylık gelirleri ve kariyer beklentileri arasında ve gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapmayan ve gastronomi ve mutfak sanatları alanında staj yapan öğrencilerin kariyer beklentileri arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Özdemir (2010)'in ön lisans muhasebe öğrencilerinin kariyer planlamasını etkileyen unsurlar konulu çalışma da öğrencilerin meslek tercihlerine etki eden faktörleri "prestij, mesleki avantajlar ve meslek güvencesi" olarak üç ana başlıkta toplamıştır. Metin ve diğ. (2017)'in yapmış olduğu bir diğer çalışma olan X ve Y kuşaklarının kariyer beklentilerinin farklılaşması konulu araştırmasında ise otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede ise Y kuşağı çalışanlarının kariyer beklentilerinin X kuşağına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Öte yandan Tosun ve diğ. (2018)'in yapmış olduğu üniversite öğrencilerinin kariyer beklentileri ve empati eğilimleri konulu çalışmalarında ise bölüm, bursluluk durumu, anne ve babanın işlerine göre farklılıklar bulunamamış ancak cinsiyet, ikamet edilen yere ve kardeş sayısına göre ise anlamlı farklılık bulunmaktadır.

3.METEDOLOJİ

3.1.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Değişen ve yenilenen çevre koşullarının da etkisiyle insan yaşamında önemli bir yere sahip olan kariyer, bireylerin gelecekle ilgili beklentilerinin belirlenimlesin de vazgeçilmez bir yere ve öneme sahip kavramdır. Bu önem doğrultusunda hazırlanmış olan bu çalışmanın evrenini 2018-2019 eğitim ve öğretim yılında 41 tane lisede öğrenim görmekte olan 14.593 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Söz konusu bilgiler ek 1'de sunulmaktadır. Bu araştırma Fen Lisesi, Anadolu Lisesi ve Meslek liselerinde öğrenim görmekte olan 451 lise öğrencisine uygulanmıştır. Kolaylama örnekleme yöntemi ile ulaşılan bu kişi sayısı yüz yüze anket çalışması uygulanmış ancak 67 öğrencinin anketteki bazı sorulara cevap vermediği için kullanılmamış olup, 384 lise öğrencisinden elde edilen veriler üzerinden çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu örneklem sayısına göre %95 güven aralığında Baş (2005: 47)'in belli sayıda evren büyüklüğüne ilişkin örneklem sayılarını içeren tablosu dikkate alındığında araştırma için yeterli olduğu kabul edilmektedir.

3.2.Araştırmada Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Araştırmada McWhirter ve McWhirter (2008) tarafından geliştirilen FESA (Future Expectations Scale for Adolescents) ölçeğinin Türkçeye uyarlaması olan Ergen Gelecek Beklentileri Ölçeği (EGBÖ) kullanılmıştır (Tuncer, 2011). Orijinal ölçek 25 maddeden ve dört boyuttan oluşmaktadır. Söz konusu olan bu boyutlar iş ve eğitim, evlilik ve aile, din ve toplum, sağlık ve yaşamdır. Bu dört faktörlü yapının Cronbach Alfa katsayısı 0,925 olarak bulunmuştur.

3.3.Araştırma Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde SPSS 20. paket programından yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini ifade eden bulgular sunulmuş ve frekans analizi yapılmıştır. Sonrasında ölçeğin güvenilirlik katsayısını bulmak için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır.

Ardından ölçeğin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktörler arası ilişkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Son olarak bağımsız örneklem T testi ve faktörler arası ilişkiyi tespit edebilmek için korelasyon analizine başvurulmuştur.

4.ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1.Araştırmanın Genel Bulguları

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin demografik özelliklerini ölçmek amacıyla yönetilen sorulara ilişkin değerler tablo 2'de yer almaktadır. Tablo 2'den elde edilen verilere göre araştırmaya katılan öğrencilerin 189'unu (%49,2) kız, 195'i (%50,8) ise erkek öğrenciler olmaktadır. Öğrenciler yaş aralıkları ise 53'ü (%13,8) 14 yaşında, 139'ü (%36,2) 15 yaşında, 75'i (%19,5) 16 yaşında, 92'si (%24,0) 17 yaşında ve 25'i (6,5) ise 18 olarak dağılım göstermektedir. Öğrencilerin 180'i (%46,9) Lise-1, 72'si (%18,8) Lise-2, 72'si (%18,8) Lise-3 ve 60'ı (%15,6) Lise-4. sınıfında eğitim görmektedir. Öğrenciler 51'i (13,3) Fen Lisesi, 297'si (%77,3) Anadolu Lisesi ve 36'sı (9,4) Meslek Lisesi öğrencisidir.

Tablo 2. Demografik Bulgular

| N=384 | Gruplar | N= 384 | Yüzde |
|------------------|----------------|--------|-------|
| Cinsiyet | Kız | 189 | 49,2 |
| | Erkek | 195 | 50,8 |
| Yaş | 14 | 53 | 13,8 |
| | 15 | 139 | 36,2 |
| | 16 | 75 | 19,5 |
| | 17 | 92 | 24,0 |
| | 18 | 25 | 6,5 |
| Sınıf | Lise-1 | 180 | 46,9 |
| | Lise-2 | 72 | 18,8 |
| | Lise-3 | 72 | 18,8 |
| | Lise-4 | 60 | 15,6 |
| Okul Türü | Fen Lisesi | 51 | 13,3 |
| | Anadolu Lisesi | 297 | 77,3 |
| | Meslek Lisesi | 36 | 9,4 |

Tablo 3. Kariyer Beklentisi Ölçeğinin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Katsayıları

| Kariyer Beklentisi | 1 İş ve Eğitim | 2 Evlilik ve Aile | 3 Din ve Toplum | 4 Sağlık ve Yaşam |
|--|----------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| 1.Hayatımla ilgili başarmak istediğim şeyleri başarmış olacağım. | ,832 | | | |
| 2.İstedğim şeyleri satın alabileceğim. | ,819 | | | |
| 3.İyi bir iş bulacağım. | ,797 | | | |
| 4.Hedeflediğim eğitim düzeyine ulaşacağım. | ,778 | | | |
| 5.Hoşlanacağım bir iş bulacağım. | ,768 | | | |
| 6.İstikrarlı bir iş bulacağım. | ,761 | | | |
| 7.Geçimimi her zaman sağlayacağım. | ,717 | | | |
| 8.Kendimi güvende hissedeceğim. | ,712 | | | |
| 9.Kazandığım para bana ve hayat arkadaşıma yeterli gelecek. | ,677 | | | |
| 10.İşim bana kendimle gurur duymam için fırsatlar verecek. | ,579 | | | |
| 11.Mutlu bir hayatım olacak. | ,558 | | | |
| 12.Evleneceğim. | | ,842 | | |
| 13.Çocuklarım olacak. | | ,830 | | |
| 14.25 yaşından önce evli olacağım. | | ,577 | | |
| 15.Evliliğim hep sürecek. | | ,805 | | |
| 24.Çocuğum daima barış içinde yaşayacak. | | ,768 | | |
| 25.Çocuğumun uzun bir hayatı olacak. | | ,724 | | |
| 23.Çocuğuma güvenli bir ortam sağlayacağım. | | ,764 | | |
| 17.Düzenli olarak toplumsal ve dini hizmetlere katılacağım. | | | ,860 | |
| 16.Dini aktivitelere katılacağım. | | | ,884 | |
| 18.Topluluğumda lider olacağım. | | | ,526 | |
| 20.Uzun bir hayat yaşayacağım. | | | | ,627 |
| 21.Sağlıklı bir diyet yapacağım. | | | | ,770 |
| 22.Spor yapacağım. | | | | ,742 |
| 19.Sağlığım iyi olacak. | | | | ,791 |
| Boyutların Varyans Açıklama Yüzdeleri | 37,579 | 11,693 | 7,642 | 5,447 |
| Açıklanan Toplam Varyans | %62,361 | | | |
| Keiser-Meyer-Olkin | ,911 | | | |
| Barlett Sphericity | 5790,800 | | | |
| Boyutların Güvenilirlik Değerleri | ,927 | ,899 | ,760 | ,750 |
| Genel Güvenilirlik Değerleri | ,914 | | | |

Tablo 3'deki açımlayıcı faktör analizine göre; Açıklanan toplam varyans 62,361 olup, toplam varyansın %37,579'u iş ve eğitim boyutunu, %11,693'ü evlilik ve aile boyutunu, %7,642'si din ve toplum boyutunu ve %5,447'si ise sağlık ve yaşam boyutunu açıklamaktadır.

4.2.Korelasyon Analizi

Çalışmanın bu kısmında kariyer beklentisi boyutları ile demografik verilerin arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucu tablo 4'de yer almaktadır. Bu doğrultuda cinsiyetin kariyer beklentisi boyutlarından ilki olan iş ve eğitim boyutu ile anlamlı bir ilişkisinin olduğu ancak evlilik ve aile, din ve toplum, sağlık ve yaşam boyutları ile herhangi bir anlamlı ilişkisi bulunmadığını görülmektedir ($p>0,05$). Öte yandan kariyer beklentisi algısındaki din ve toplum boyutunun yaş ile arasındaki ilişki incelendiğinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmekte ($p>0,05$) ancak iş ve eğitim, evlilik ve aile, sağlık ve yaşam boyutlarının herhangi bir ilişkisinin bulunmadığı ifade edilebilmektedir. Bunun yanı sıra sınıfın, kariyer beklentisi boyutları olan iş ve eğitim, evlilik ve aile, din ve toplum sağlık ve yaşam ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğunu söyleyebiliriz ($p<0,001$). Dolayısıyla kariyer beklentisi boyutunun sınıf üzerinde etkili bir rolünün olduğu ifade edilebilir. Son olarak ise okul türünün kariyer beklentisi boyutlarından iş ve eğitim, evlilik ve aile boyutları ile anlamlı bir ilişkisinin olduğu ifade edilebilirken ($p<0,05$) okul türünün

din ve toplum, sağlık ve yaşam boyutları ile herhangi bir anlamlı ilişkinin olmadığı analiz sonuçları arasında yer almaktadır ($p>0,05$). Şu halde okul türünün öğrencilerin hem iş ve eğitimin hayatında hem de aile hayatında önemli bir yere sahip olduğu düşünülebilir.

Tablo 4. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Analizi

| N=384 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---------------------------|-------|------|------|------|------|------|------|---|
| 1. Cinsiyet | 1 | | | | | | | |
| 2. Yaş | ,365 | 1 | | | | | | |
| 3. Sınıf | ,405 | ,257 | 1 | | | | | |
| 4. Okul Türü | ,895 | ,645 | ,005 | 1 | | | | |
| 5. İş ve Eğitim | ,036 | ,743 | ,000 | ,063 | 1 | | | |
| 6. Evlilik ve Aile | ,257 | ,201 | ,000 | ,092 | ,000 | 1 | | |
| 7. Din ve Toplum | ,376 | ,063 | ,000 | ,145 | ,000 | ,000 | 1 | |
| 8. Sağlık ve Yaşam | ,0405 | ,257 | ,134 | ,005 | ,000 | ,000 | ,000 | 1 |

*** $p<0,001$; ** $p<0,01$; * $p<0,05$

Araştırmaya katılan öğrencilerin kariyer beklentisi sorularına vermiş oldukları cevapların ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı olup olmadığını ölçmek amacıyla Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Samples t Test) analizi yapılmıştır. Analiz sonucu tablo 5'de yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda cinsiyetin, kariyer beklentisi boyutlarından biri olan iş ve eğitim boyutu ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Öte yandan kariyer beklentisi boyutlarından bir diğeri olan evlilik ve aile boyutu ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kariyer beklentisi boyutlarından din ve toplum boyutu ile de cinsiyet arasında istatistiksel anlamda bir ilişki bulunmazken son olarak sağlık ve yaşam boyutu ile cinsiyet arasında istatistiksel anlamda bir ilişki bulunmadığı yapılan analiz sonucunda görülmektedir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

| N=384 | Cinsiyet | N | Ortalama | S.S. | t | P |
|------------------------|----------|-----|----------|---------|-------|-------|
| İş ve Eğitim | Kız | 189 | 4,0134 | ,67533 | 4,431 | ,036* |
| | Erkek | 195 | 3,8448 | ,87792 | | |
| Evlilik ve Aile | Kız | 189 | 3,3152 | ,79832 | 1,289 | ,257 |
| | Erkek | 195 | 3,4122 | ,87300 | | |
| Din ve Toplum | Kız | 189 | 3,9630 | 1,13213 | ,785 | ,376 |
| | Erkek | 195 | 3,8607 | 1,12942 | | |
| Sağlık ve Yaşam | Kız | 189 | 3,2324 | ,98390 | ,694 | ,405 |
| | Erkek | 195 | 3,3128 | ,90828 | | |

*** $p<0,001$; ** $p<0,01$; * $p<0,05$

Araştırmaya katılan öğrencilerin kariyer beklentisi sorularına vermiş oldukları cevapların ortalamalarının yaşa göre anlamlı olup olmadığını ölçmek amacıyla tek yönlü varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Yapılan

analiz sonucu tablo 6'de yer almaktadır. Öğrencilerin yaşları ile kariyer beklentisi boyutu olan iş ve eğitim boyutuyla istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p>0,05$). Öte yandan kariyer beklentisi boyutlarından bir diğeri olan evlilik ve aile boyutu ile öğrencilerin yaşları arasında istatistiksel anlamda bir ilişki bulunmamaktadır. Diğer bir boyut olan din ve toplumun, yaş ile istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir. Kariyer beklentisinin son boyutu olan sağlık ve yaşam ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 6. Yaşa Göre Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

| N=384 | Yaş | N | Ortalama | S.S. | F | P |
|-----------------|-----|-----|----------|---------|-------|------|
| İş ve Eğitim | 14 | 53 | 3,8830 | ,65641 | ,578 | ,672 |
| | 15 | 139 | 3,8980 | ,83172 | | |
| | 16 | 75 | 4,0521 | ,78263 | | |
| | 17 | 92 | 3,8992 | ,79692 | | |
| | 18 | 25 | 3,9200 | ,80474 | | |
| Evlilik ve Aile | 14 | 53 | 3,3041 | ,86083 | ,807 | ,522 |
| | 15 | 139 | 3,3400 | ,82385 | | |
| | 16 | 72 | 3,3524 | ,78469 | | |
| | 17 | 92 | 3,3696 | ,87300 | | |
| | 18 | 25 | 3,6457 | ,89416 | | |
| Din ve Toplum | 14 | 53 | 3,8679 | 1,12914 | 1,269 | ,282 |
| | 15 | 139 | 3,7710 | 1,25354 | | |
| | 16 | 72 | 3,9911 | ,93155 | | |
| | 17 | 92 | 3,9964 | 1,12524 | | |
| | 18 | 25 | 4,2267 | ,92155 | | |
| Sağlık ve Yaşam | 14 | 53 | 3,3066 | ,89556 | ,838 | ,502 |
| | 15 | 139 | 3,3693 | 1,06827 | | |
| | 16 | 72 | 3,1867 | ,92734 | | |
| | 17 | 92 | 3,1667 | ,84930 | | |
| | 18 | 25 | 3,3200 | ,68283 | | |

*** $p<0,001$; ** $p<0,01$; * $p<0,05$

Araştırmaya katılan öğrencilerin kariyer beklentisi sorularına vermiş oldukları cevapların ortalamalarının sınıflara göre anlamlı olup olmadığını ölçmek amacıyla tek yönlü varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Analiz sonucu tablo 7'de yer almaktadır. Öğrencilerin eğitim aldıkları sınıflar ile kariyer beklentisinin iş ve eğitim boyutu ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak iş ve eğitim boyutunda, Lise-2 düzeyinde ortalamanın yüksek olduğu görülmektedir ($4,1275 \pm ,76360$). Öte yandan öğrencilerin sınıfları ile kariyer beklentisinin evlilik ve aile boyutunda sınıf ortalamalarının birbirlerine yakın olduğunu söyleyebiliriz. Kariyer beklentisinin din ve toplum boyutu ile sınıflar arasında istatistiksel anlamda bir ilişki bulunmamaktadır. Fakat din ve toplum boyutunda Lise-1 ve Lise-2 sınıflarının ortalamalarının birbirine yakınlık göstermesi aynı şekilde Lise-3, Lise-4 sınıflarının ortalamalarının da birbirine yakınlık gösterdiği görülmektedir. Bu bağlamda öğrencilerin okudukları sınıf düzeylerinin değişmesiyle din ve topluma ilişkinin de değişebileceği düşünülebilir. Son boyut olan sağlık ve yaşam ile öğrencilerin sınıfları arasında istatistiksel anlamda bir ilişki bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 7. Sınıflara Göre Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

| N=384 | Sınıf | N | Ortalama | S.S. | F | P |
|-----------------|--------|-----|----------|---------|-------|------|
| İş ve Eğitim | Lise-1 | 180 | 3,8676 | ,78928 | 2,040 | ,108 |
| | Lise-2 | 72 | 4,1275 | ,76360 | | |
| | Lise-3 | 72 | 3,8699 | ,81051 | | |
| | Lise-4 | 60 | 3,9379 | ,76656 | | |
| Evlilik ve Aile | Lise-1 | 180 | 3,3601 | ,83052 | ,495 | ,686 |
| | Lise-2 | 72 | 3,2738 | ,82910 | | |
| | Lise-3 | 72 | 3,4365 | ,86145 | | |
| | Lise-4 | 60 | 3,4000 | 84936 | | |
| Din ve Toplum | Lise-1 | 180 | 3,8120 | 1,19953 | 1,164 | ,323 |
| | Lise-2 | 72 | 3,8981 | 1,02799 | | |
| | Lise-3 | 72 | 4,0417 | 1,05844 | | |
| | Lise-4 | 60 | 4,0667 | 1,11115 | | |
| Sağlık ve Yaşam | Lise-1 | 180 | 3,3894 | 1,03019 | 2,572 | ,054 |
| | Lise-2 | 72 | 3,0451 | ,87445 | | |
| | Lise-3 | 72 | 3,2951 | ,87243 | | |
| | Lise-4 | 60 | 3,1722 | ,79766 | | |

***p<0,001; **p<0,01; *p<0,05

Araştırmaya katılan öğrencilerin kariyer beklentisi sorularına vermiş oldukları cevapların ortalamalarının okul türüne göre anlamlı olup olmadığını ölçmek amacıyla tek yönlü varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Analiz sonucu tablo 8'de yer almaktadır. Yapılan araştırmada okul türünün, kariyer beklentisi boyutlarından ilki olan iş ve eğitim boyutu ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Fakat ortalama yönünden baktığımız zaman meslek liselerinin ortalaması diğer okul türlerinden yüksek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda meslek lisesi öğrencilerinin kariyer beklentilerinde iş ve eğitimin önemli bir yere sahip olduğu ayrıca meslek lisesinde eğitim almaları bir avantaj olarak görülebilir. Diğer bir boyut olan evlilik ve aile ile okul türü arasında istatistiksel olarak bir anlamlı ilişki bulunmamakla birlikte okullar ortalamaları yönünden birbirine yakınlık gösterdiği görülmektedir. Buradan hareketle Z kuşağının bireyleri olan lise öğrencilerinin evlilik ve aile konusunda kariyer beklentilerinin birbirine benzerlik gösterdiği düşünülebilir. Bir başka kariyer beklentisi boyutu olan din ve toplum ile okul türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Öte yandan ortalama yönünden baktığımızda ise Anadolu ve meslek liselerinin ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Son boyut sağlık ve yaşam boyutu ile okul türleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur. Ancak meslek lisesi ortalamasının diğer okul türlerine göre yüksek olduğu görülmektedir (3,7222 ± ,98339).

Tablo 8. Okul Türüne Göre Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) Sonuçları

| N=384 | Okul Türü | N | Ortalama | S.S. | F | P |
|-----------------|----------------|-----|----------|---------|-------|------|
| İş ve Eğitim | Fen Lisesi | 51 | 3,7790 | ,89669 | 1,741 | ,177 |
| | Anadolu Lisesi | 297 | 3,9329 | ,76838 | | |
| | Meslek Lisesi | 36 | 4,0960 | ,77229 | | |
| Evlilik ve Aile | Fen Lisesi | 51 | 3,2381 | ,97087 | 1,464 | ,233 |
| | Anadolu Lisesi | 297 | 3,3637 | ,81276 | | |
| | Meslek Lisesi | 36 | 3,5496 | ,82576 | | |
| Din ve Toplum | Fen Lisesi | 51 | 3,6340 | 1,18744 | 1,775 | ,171 |
| | Anadolu Lisesi | 297 | 3,9545 | 1,12552 | | |
| | Meslek Lisesi | 36 | 3,9444 | 1,06160 | | |
| Sağlık ve Yaşam | Fen Lisesi | 51 | 3,1127 | 1,03961 | 5,013 | ,007 |
| | Anadolu Lisesi | 297 | 3,2464 | ,91162 | | |
| | Meslek Lisesi | 36 | 3,7222 | ,98339 | | |

***p<0,001; **p<0,01; *p<0,05

SONUÇ

Bu araştırmada Z kuşağı kişilerin kariyer beklentilerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda kariyer beklentisinin alt boyutları ile Z kuşağı bireylerin demografik verileri üzerinde anlamlı bir ilişkinin olduğu tespiti edilmiştir. Bu sonuç Aydemir (2018)'in yapmış olduğu gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan üniversite öğrencilerinin kariyer beklentileri çalışmasındaki sonuç ile de örtüşmektedir. Öte yandan Üzümlü ve diğ., (2015)'in gerçekleştirmiş olduğu bir başka benzer çalışmada ise cinsiyet ve öğrenim görülen alanda çalışma düşünceleri ile kariyer beklentilerin arasında bir ilişki bulunduğu görülmektedir. Bir başka çalışma olan Tuncer (2011)'in yapmış olduğu yükseköğretim gençliğinin kariyer beklentileri çalışmasında da cinsiyet ile gelecek beklentileri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu anlamlı farklılık kız öğrencilerin lehindedir. Öğrencilerin gelecekteki kariyer beklentilerinde cinsiyetin önemi vurgulanmaktadır. Bu önem doğrultusunda ise Bilici (2015)'in yapmış olduğu turizm eğitimi almış sektör çalışanlarının kariyer beklentileri çalışmasında görüldüğü gibi kariyer beklentileri ile cinsiyet arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Benzer şekilde Tosun ve diğ., (2018)'in yapmış olduğu bir başka çalışmada kariyer beklentileri ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla yapılan bu çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular literatürel olarak da desteklenmektedir. Araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda ifade edildiği gibi kariyer insan hayatında önemli bir yere sahiptir. Çünkü uzun vadede birey gelecek için hedeflediği bir kariyere sahip olmak istemektedir. Bu kariyer hedefine birkaç yıl içerisinde Z kuşağı bireyleri de iş yaşamına katılarak dahil olacaktır. Yakın zamanda bu kuşağın iş yaşamında yerini almaya başlayacağı ve Y kuşağı ile ortaya çıkan farklı değer yargılarının devamı, Z kuşağı bireyleri tarafından sağlanacaktır (Metin ve diğ., 2017). Dolayısıyla (Taş ve diğ., 2017)'in yapmış olduğu geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri çalışmasında da görüldüğü üzere bu kuşak bireylerinin teknoloji ile büyük gelişim gösterdiği ve işletme yapılarında da bu teknoloji ile iç içe olacakları çalışmanın içeriğinde önemle vurgulanmaktadır. Bu durumun hem örgüt içi performans üzerinde etkili olacağı (Ceyhan, 2018) hem de teknoloji ile gelişim gösteren bu kuşak bireyleri işletme yapılarına çok büyük katkı sağlayacakları düşünülmektedir. Şu halde bu kuşaktaki bireylerin kariyer hedefleri de bu teknoloji ile gelişip şekillenecektir. Bu sebeple şirket sahiplerinin bu kuşak bireylerinin kariyer hedefleri için uygun bir çalışma ortamı yaratmalarının önemini kavramaları gerekmektedir. Bu araştırmanın kimi varsayım ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma kapsamında, Isparta ilinde bulunan liselerde bulunan öğrencilerin, bilgi toplama aracı olarak anket sorularına vermiş oldukları cevaplar gerçek durumu yansıttığı varsayılmaktadır. Isparta ilinde bulunan liselerde rastgele seçilmiş olarak yapıldığından, araştırma bulguları sorulara cevap veren öğrenciler ile sınırlıdır. Tüm bu sebeplerden dolayı yapmış olan çalışma genellenememektedir. Genelleme yapılabilmesi için daha geniş çaplı örneklemeler üzerinde çalışma yapılması gerekmektedir. Bu durum ise diğer araştırmalar için öneri niteliğindedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Orhan, Batur, Zeynep, H. ve Ekşili Nisa, (2014), “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (19): 165-182.
- Akdemir, Ali ve Konakay, Gönül (2014), “Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması”, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(2): 11-42.
- Anafarta, Nilgün (2011), “Orta Düzey Yöneticilerin Kariyer Planlamasına Bireysel Perspektif”, Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2): 1-17.
- Aşkun, Neva, Cem (2006), “Örgütsel Stres ile Kariyer Planlaması Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Atay, Şeynur (2006), “Kariyer Yönetiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Afyon.
- Aydemir, Durmuş, Ali (2018), “Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Beklentileri: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
- Baş, Türker (2005), “Anket Nasıl Hazırlanır, Uygulanır Değerlendirilir”, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Başol, Oğuz ve Aydın, Çetin, Gülşen, (2014), “X Ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?” Electronic Journal of Vocational Colleges, 4(4): 1-15.
- Bilici, Hatice (2015), “Turizm Eğitimi Almış Sektör Çalışanlarının Kariyer Beklentileri (Fethiye Örneği)”, Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.
- Bovée, Courtland, L., Thill, John V., Mescon, Michael H. (2007), “Excellence in Business”, Pearson Prentice Hall.
- Büyükuşlu, Fulden (2017), “Z Kuşağının İş Yaşamından Beklentileri Konusunda Bir Araştırma”, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ceyhan, Sefa (2006), “Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Organizasyon Programı, Yüksek Lisans Tezi, Alanya.
- Ergeneli, Azize, İlsav, Arzu, Camgöz, Sait , M., Güler, Kümbül, B., Karapınar, Bayhan, Ekmekçi, Özge, T., Özgödek, Ferendeci, M., Özgödek, Doğan, G., Odabaşı, Atalay, N. ve Borluk, Akşimin, N. (2014), İnsan Kaynakları Yönetimi. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Eryiğit, Süleyman (2000), “Kariyer Yönetimi”, Kamu-İş Dergisi 6(1): 1-25.
- Fox, A. (2011). Mixing It Up-Multi-generational discord can impede workplace relationships and lower engagement. HR Magazine-Alexandria, 56(5): 22-27.
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.572fb18ae,%20Eri%205%9Fim%20Tarihi:%2010.05.2019
- Keleş, Hatice, N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi, Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13(26), 23-43.
- Kyles, Dana (2005), “Managing your multigenerational workforce.” Strategic Finance”, 87(6): 52.
- Levickaite, Rasa (2010), “Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Concept of the World without Borders (the Case of Lithuania)”, LIMES: Cultural Regionalistics, 3.(2): 170-183.
- McWhirter, E. H., & McWhirter, B. T. (2008). Adolescent future expectations of work, education, family, and community development of a new measure. Youth & Society, 40(2): 182-202.
- Metin, s ve Kızıldağ, Duygu (2017), “Kuşakların Kariyer Beklentilerinin Farklılaşması: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(40): 340-363.
- Özdemir, Serkan (2010), “Ön Lisans Muhasebe Öğrencilerinin Kariyer Planlamasını Etkileyen Unsurlar: Ege Bölgesinde Bir Araştırma”, World of Accounting Science, 12(2): 103-121.
- Özgen, Hüseyin ve Yalçın, Azmi (2010), “İnsan Kaynakları Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım”, Nobel Kitabevi.
- People, Havas (2016), “Marketing to Generation Z”, 1-28, <http://havaspeopleblog.tumblr.com/>, (Erişim Tarihi: 01 Aralık 2018).
- Reeves, T. C., & Oh, E. (2008). Generational differences. Handbook of research on educational communications and technology, 3, 295-303.
- Sarioğlu, Başak, Elif ve Özgen, Ebru (2017), “Z Kuşağı: İş Dünyası Yakın Geleceğin İş Gücünü Ne Kadar Tanıyor?”, Researcher: Social Science Studies, 5(4): 242-253.
- Schwarz, Thom (2008), “Brace Yourself Here Comes Generation Y”, Critical Care Nurse 28(5): 80-85.
- Sladek, Sarah ve Grabinger, Alyx (2014), “Gen Z Introducing the first Generation of the 21st Century Available at <https://goo.gl/Iu5o2t> (Erişim Tarihi: 01 Aralık 2018).
- Strauss, William and Neil, Howe (1991), Millennials rising: The next great generation, Vintage.
- Şen, Hatice (2012), “Hemşirelikte Psikomotor Beceri Öğretiminde Rehber İlkeler: Kalp Masajı Örneği” Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi, 5(4): 180-184.

- Tanoli, Mubashar Farooq (2016), "Understanding Career Planning: A Literature Review", Munich Personal Repec, 16(2): 162.
- Taş, Yunus H., Demirdöğmez, Mehmet ve Küçükkoğlu Mahmut (2017), "Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri", OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 7(13): 1031-1048.
- Taşlıyan, Mustafa, Arı, Ülkü, Nazmiye ve Duzman, Burak (2011), "İnsan Kaynakları Yönetiminde Kariyer Planlama ve Kariyer Yönetimi: İIBF Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2): 231-241.
- Tosun, Ülkü ve Güntaş, Selime (2018), "Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Beklentileri ve Empati Eğilimleri", European Journal of Managerial Research Dergisi, 2(2): 23-28.
- Tuncer, M. (2011). Ergen Gelecek Beklentileri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması, Electronic Turkish Studies, 6(3).
- Tuncer, Murat (2011), "Yükseköğretim Gençliğinin Gelecek Beklentileri Üzerine Bir Araştırma", Electronic Turkish Studies, 6(2): 935-948.
- Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük. <http://www.tdkterim.gov.tr/bts/>, (Erişim tarihi: 01 Aralık 2018).
- Üzüm, Burcu, ve Uçkun, Seher (2015), "Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ile Kariyer Geleceği Beklentilerinin Ölçülmesi: Kocaeli MYO Örneği", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(16): 71-80.
- Williams, Raymond (2015), "Politics and Letters: Interviews with New Left Review", Verso Trade.
- Yiğit, Zühal (2010), "X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Tutumlar Açısından İncelenmesi ve Bir Örnek Olay", Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Basel II Kriterlerinin Reel Sektöre Etkileri ve Basel III Kriterlerinin Bankalar Üzerine Etkilerinin Araştırılması

A Survey On The Effects Of Basel II On Real Sector and The Effects Of Basel III On Banking Sector

Ahmet DOĞAN *
Hatice İLLEEZ**

ÖZ

Çalışmanın amacı, Basel II Kriterlerinin ülkemizdeki reel sektöre muhtemel etkileri ile Basel III Kriterlerinin bankalar üzerindeki etkilerini araştırmaktır. İstanbul Sanayi Odası'nın yayınladığı ilk 1000 firma arasındaki Kayseri'deki 30 firmanın soru formu ve birebir görüşme yoluyla 17'sinden elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Reel sektörün Basel II'ye bakış açısı konusunda firmaların Basel II'den beklentilerinin, kısa vadede %82,4'ünün olumlu, Orta ve uzun vadede ise bütün firmaların olumlu beklentileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Basel II Kriterlerinde risk yönetimi önemli bir konudur. Firmaların %23,5'i risk yönetimi bölümünün olduğunu, %76,5'i risk yönetimi bölümünün olmadığını belirtmiştir. Bankacılık sektörünün Basel III Kriterlerinden Sermaye Yeterlilik Oranı, Likidite ve Kârlılık oranları konularında etkilendiği belirlenmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren aktif büyüklüğü sıralamasındaki ilk beş bankanın finansal tablolarından yararlanılarak analizler yapılmıştır. Analizler sonucunda Basel III'ün oran kriterlerine bankaların uyumlu olduğu ve sektör ortalamalarının genellikle üzerinde oldukları tespit edilmiştir. Bu bankaların Basel III'e hazır oldukları görülmüştür.

ANAHTAR KELİMELELER

Basel II, Basel III, Reel Sektör, Bankacılık Sektörü

ABSTRACT

The aim of the study is to investigate the effects of Basel II on the real sector and the effects of Basel III on banking. The survey was applied to 30 Kayseri firms in the first 1000 firms published by Istanbul Chamber of Industry. Results obtained from 17 firms were evaluated by using SPSS program. It is seen that firms' expectations from Basel II are positive in the short term regarding the perspective of real sector to Basel II. Risk management at Basel II is an important issue. 23.5% of the firms stated that there is a risk management department and 76.5% of them do not have a risk management department. It is determined that the banking sector is affected by Basel III on Capital Adequacy Ratio, Liquidity and Profitability ratios. The top five banks in terms of total assets operating in Turkey are analyzed using the financial statements. As a result of the analyzes, it is determined that banks are compatible with the ratio criteria of Basel III and they are generally above the sector average. These banks were found to be ready for Basel III.

KEYWORDS

Basel II, Basel III, Real Sector, Banking Sector

| | <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 27.03.2019 | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 14.05.2019 |
|------------|--|---|
| <i>Atf</i> | Doğan, A. ve İlleez, H. (2019). Basel II Kriterlerinin Reel Sektöre Etkileri ve Basel III Kriterlerinin Bankalar Üzerine Etkilerinin Araştırılması. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 459-468. | |

* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, adogan@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9311-9796

** Öğr. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, hatice.hassu@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3192-0531

GİRİŞ

Dünya çapında yaşanan krizler dünya ekonomilerini etkilemektedir. Bu nedenle uluslararası bir komite olan Bank for International Settlements-BIS (Uluslararası Ödemeler Bankası) kurulmuştur. Komite uluslararası özellikte olması nedeniyle birçok ülkede bankaların uyum sağlaması amacıyla belirli Kriterler geliştirmiştir. Bankacılık krizlerinin en önemli nedeni olarak sermayeye yeteri kadar önem verilmediğine dikkat çekilmiştir. Öncelikle sermaye yeterliliği hesaplaması konusunda çalışmalar yapılmıştır.

Bu çalışmalar daha sonra Sermaye Uzlaşısı- Basel I olarak yayınlanmıştır. Basel I Kriterleri ülke ve banka otoritelerinden destek görmesine rağmen birçok eleştiri de almıştır. Kriterler yeniden gözden geçirilerek Yeni Basel Sermaye Uzlaşısı- Basel II adında düzenlemeler yapılmıştır.

2008 yılına gelindiği zaman dünya da yaşanan bir kriz ortamı oluşmuştur. Bu krizde Basel II düzenlemelerinin bankacılık sistemini yeteri kadar koruyamadığı ortaya çıkmıştır. Basel komitesi eksiklikleri gidermek için çalışmalara başlamış ve Basel III düzenlemeleri adını vermiş olduğu çalışmasını 2010 yılında tamamlamıştır. Basel III düzenlemeleri ana hatlarıyla sermayenin nitelik ve nicelik bakımından güçlendirilmesi ve risk bazlı olmayan kaldıraç oranı ile ilgili yenilikler içermektedir. Türkiye’de Basel III düzenlemeleri için aşamalı bir geçiş süreci öngörülmüş ve tam olarak uygulanması 2019 yılı olarak belirlenmiştir.

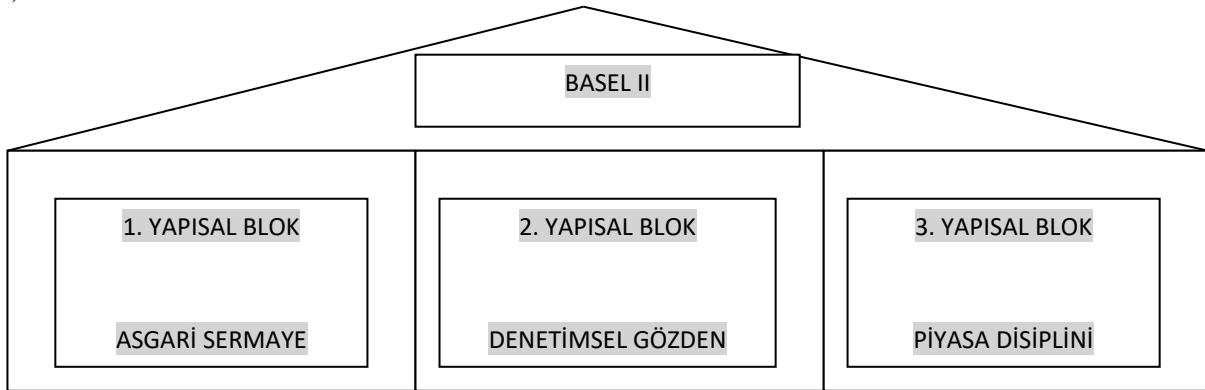
Bu çalışmada önce Basel II ve Basel III hakkında kuramsal bilgiler verildikten sonra Basel II’nin reel sektöre etkileri ve Basel III’ün bankacılık sektörüne etkileri ile ilgili yaptığımız araştırmalara ve sonucunda elde edilen verilere yer verilecektir.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Basel Komitesi, “Bankacılık Düzenleme ve Denetim Uygulamaları Komitesi” olarak 1974 yılı sonunda kurulmuştur. Denetimin dünya çapında geliştirilmesi, bankacılık denetim kalitesinin artırılması amaçlanmaktadır (Beşinci, 2005).

Bankacılık sektörünü ilgilendiren Basel uygulamalarının temeli ilk olarak 1988 yılında yayınlanan Basel I Kriterlerine dayanır. Basel I Kriterleri değişen piyasa şartlarına uyum sağlayamamaya başlayınca, Basel II’ye son hali Haziran 2004 tarihinde verilmiştir.

Basel I’e kıyasla sermaye yeterliliği hesaplamalarında köklü değişiklikler getiren Basel II Kriterlerinin, Şekil-1’de gösterilen temel yapısı, yapısal bloklardan oluşan üç sacayağı olarak ifade edilmektedir (Yüksel, 2005)



Şekil-1: Basel II'nin Temel Yapısı

1. Yapısal Blok: Bankalar piyasa koşullarına hazırlanırken asgari sermayelerini belirleyeceklerdir. Basel I’deki sermaye tanımı değişmemiş ve asgari sermaye yeterlilik oranı (ASYO) yüzde 8 olarak aynen geçerli olmuştur. ASYO’nun paydası önemli şekilde değiştirilmiştir. Kredi riski daha detaylı tanımlanıp, piyasa riskinde değişiklik yapılmamış ve operasyonel risk eklenmiştir (Ateş, 2003).

$$\text{Sermaye Yeterlilik Rasyosu} = \frac{\text{Toplam Sermaye}}{\text{Kredi Riski} + \text{Piyasa Riski} + \text{Operasyonel Risk}}$$

2. Yapısal Blok: Basel Komitesi gözetimin kapsamını daha genişletmiştir. Gözetim kapsamının genişletilmesinin amacı; bankaların oluşacak riskleri karşılayabilecek düzeyde sermaye bulundurmalarını ve riskleri yönetmek için gelişmiş teknikleri kullanmalarını sağlamaktır. Sermaye, risk kontrol mekanizmaları için ikame olmayıp, dahili limitler uygulanmalıdır. Risk yönetiminin güçlendirilmesi için karşılık seviyelerinin yükseltip, iç kontrollerin artırılması gerektiği özellikle vurgulanmalıdır (Ziraat Bankası, 2005).

3. Yapısal Blok: Bankaların sermaye yeterliliği ile risk değerlendirme yöntemleri dahil olmak üzere önemli konularda kamuya açıklama yapmalarının gerektiğini belirtmektedir. Bankalar arasında karşılaştırma yapılabilmesi ve bu yolla şeffaflığın sağlanması hedeflenmektedir. Sermaye yapısı, portföy yapısı ve riskler dikkate alınarak, sermaye yeterliliği, kredi riski, hisse senedi şeklinde yapılan yatırımların riski, piyasa riski gibi faktörlerin kamuya açıklanması beklenmektedir (Küçüközmen, 2007).

Bu bloklar incelenirken; kredi riski, piyasa riski ve operasyonel riske dikkat edilecektir.

Basel II Kriterleri, gerek kapsamı gerekse içeriğindeki teknik hususlar dikkate alındığında uluslararası bir kriter olarak, bankacılık faaliyetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi açısından köklü değişiklikler getirmektedir. Basel II'nin, bankalar ve bankacılık denetim otoritelerine, bankalar ile iş ilişkisinde bulunan tüm taraflara ve ülke ekonomilerine önemli etkilerinin olması beklenmektedir. Basel II Kriterlerinin en çok etkilediği taraf küçük ve orta büyüklükteki firmalar olmaktadır (Yüksel, 2005).

Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) finansman kaynaklarının ilk sırasında özkaynaklar yer almaktadır. Özkaynakları güçlü firmalar finansman açısından avantajlı konumdadır. Firmaların özkaynaklarından sonra banka kredilerinin yer aldığını söyleyebiliriz. Bu durumda özkaynak yetersizliğinde firmalar banka kredilerine başvurdukları için bankaların yaşadığı değişimden etkilenmektedirler.

Öncelikle firmaların portföyleri belirlenmelidir. Perakende portföy firmaları için KOBİ kredileri %75, kurumsal portföy firmaları için %100 risk ağırlığına tabi tutulup, ASYO'nun %8 olarak belirlenmesi sağlanmaktadır.

Teminat veya garantinin olmadığı durumlarda, Standart Yaklaşım'da %75 standart risk ağırlığı perakende nitelikli krediler için, %0-%150 aralığındaki risk ağırlıkları ise derecelendirme notuna göre kurumsal KOBİ kredileri için uygulanmaktadır. İçsel Derecelendirmeye Dayalı yaklaşımlarda ise, KOBİ'lerin derecelendirme notlarına dikkat edilerek risk ağırlıkları belirlenmektedir. Basel II'de KOBİ'lere sağlanan krediler ile büyük ölçekli firmalara sağlanan krediler farklı uygulamalara tabi tutulabilmektedir. Perakende KOBİ'ler genel risk ağırlıkları dikkate alındığında daha avantajlı olabilmektedir (Yüksel, 2005).

KOBİ'lerin avantajlı faiz oranları ile krediye ulaşabilmesi için öncelikle derecelendirme gerekleri yerine getirilmelidir. KOBİ'lerin iyi bir derecelendirme notuna ve güçlü bir mali yapıya sahip olmaları gerekmektedir. Basel II'den avantajlı bir şekilde yararlanabilmeleri için KOBİ'ler dikkat etmeleri gereken konuları iyi bilmelidirler. Bu durumlarda Basel II KOBİ'ler için faydalı olabilecektir.

Yüksel (2005) tarafından yapılan çalışmada, Basel II'nin KOBİ kredileri ile ilgili hükümleri açıklanmış ve Basel II'nin KOBİ kredilerine muhtemel etkileri analiz edilmiştir. Yüksel'e göre, Basel II ile birlikte KOBİ'lerin avantajlı şekilde kredi kullanabilmeleri için kredi derecelendirme sistemlerini iyi bilmeleri ve iyi bir derecelendirme notuna sahip olabilmek için gerekli adımları atmaları gerekmektedir. KOBİ'lerin kurumsal yönetim, şeffaflık, finansal planlama, muhasebe işlemlerinde düzen ve risk yönetimi unsurlarına dikkat etmeleri gerekmektedir.

Yayla ve Kaya (2005:25) tarafından hazırlanan çalışma raporunda ise, Basel II detaylı şekilde açıklanmış ve gelişmekte olan ülkelere, genel ekonomiye ve KOBİ'lere muhtemel etkileri ele alınmıştır. Bu çalışmada da, KOBİ'lerin Basel kriterlerinden olumsuz etkilenmelerini önlemek için kurumsal yönetim ilkelerine önem vermeleri, daha şeffaf bilançolar oluşturmaları ve uluslararası muhasebe standartlarını uygulamaları beklenmektedir.

Balcı (2011) çalışmasında, Basel II ve KOBİ UFRS arasındaki bağlantıyı incelemektedir. Basel II ile gelen değişim ile finans, üretim, planlama ve kurumsal yönetim konularına KOBİ'lerin önem vermelerinin gerektiği ve KOBİ'lerin yüksek derecelendirme notu alabilmek için KOBİ UFRS'yi uygulayarak kaliteli ve şeffaf finansal bilgiler üretmeleri gerektiği belirtilmektedir.

Sungur ve Okur (2014:18) tarafından yapılan çalışmada, Ankara ilindeki KOBİ'lerin Basel kriterleri hakkında bilgi sahibi olmadığı, özkaynak yapılarının zayıf olduğu, mali tablolarının derecelendirmeye uygun olmadığı ve Basel kriterlerine uyumu zorlaştıracak kayıt dışı işlemlerin bulunduğu belirlenmiştir.

Bartolini ve diğ. (2014:51) ise, Basel kriterleri ile KOBİ UFRS'nin firmaların kredi derecelendirme notu üzerinde farklı etkisi olacağını ortaya koymuşlardır. Bartolini vd. İtalya'da bulunan firma üzerinde araştırma yapmış olup, varlık, özkaynak ve gelir üzerinde KOBİ UFRS'nin etkili olduğunu belirlemişlerdir. Ancak bu etki üzerinde finansal tabloların daha belirleyici olduğunu ve bankaların içsel derecelendirmelerini muhasebe etkisine göre ayarlamamaları gerektiğini belirtmektedirler.

2007-2008 yıllarında Amerika'da başlayan, gelişmiş ekonomilerde etkisini hissettiren finansal kriz kısa zamanda tüm dünyaya yayılmıştır. Basel II Kriterlerinin eksikleri ortaya çıkmış olup, piyasa şartları bozulduğunda Basel II kriterlerinin yetmediği ortaya konulmuştur (Şendoğdu, 2010).

Dünya genelinde büyük kayıplara yol açan uluslararası kriz nedeniyle bankaların sermaye tutma yoluyla iflas etmelerinin önüne geçilmesini amaçlayan Basel II Kriterlerinin hedefine ulaşamadığı görülmüştür. (Demirkol ve Aba, 2012:262).

Bankaların daha dirençli olması için daha güçlü sermaye yapısı ve daha yüksek likidite gibi olguların üzerinde duran Basel Komitesi, Basel III Sermaye Uzlaşısını oluşturmuştur.

Basel III Uzlaşısı, yeni bir düzenleme olmayıp, Basel II'nin finansal kriz ile ortaya çıkan eksikliklerini gidermek için hazırlanan, Basel II'nin eksik yanlarını tamamlayacak reformlar bulundurmaktadır (Demirkol ve Şenbayram, 2014:247).

Basel III Kriterleri ile hedeflenen; mikro-ihtiyatlılık ve makro-ihtiyatlılıktır. Mikro-ihtiyatlılık bankalara esneklik kazandıracaktır. Makro-ihtiyatlılık ise riskleri küresel ortamda azaltacaktır. Basel III, küresel sonuçlar ile birlikte bölgesel faaliyetleri hedeflemektedir (Dedu & Nitescu, 2012:6).

Basel III Kriterleri, temel finansman kaynağı banka kredileri olan firmaları ve bankaları etkileyecektir. Basel III Kriterleri ile bankalar, gerek bağımsız derecelendirme kuruluşları gerekse içsel derecelendirme yöntemleri ile belirlenen derecelendirme notuna göre kredi kullananlar için belirli miktarda sermaye ayırmak durumunda kalmaktadırlar.

Basel III, sermayenin yeniden tanımlanarak içindeki kalemlerin sınıflandırılması ve risklerin karşılanmasıyla ilgili değişikliklerden ibarettir. Risk kapsamındaki değişiklikler bazı teknik farklılıklar getirirse de yeni ortaya çıkan riskler halen göz ardı edilmiştir.

Basel III ile uygulanmaya çalışılan en önemli değişiklik, sermaye koruma tamponunun hayata geçirilmesidir. Bu sayede ileriki dönemlerde güçlü sermaye yapısı ile bankalar aktif rol oynayabilecek, oluşan belirsizliklerin önüne geçebilecektir (Doğan ve Sarsıncı, 2018:115).

Basel III Kriterleriyle şu hedeflere ulaşılacak istenmektedir (Cangürel ve diğerleri, 2010:11):

- Bankacılık sisteminin finansal ve ekonomik şoklara karşı daha dayanıklı olunması,
- Risk yönetimi ve kurumsal yönetim uygulamalarının geliştirilmesi,
- Kamuya bilgi verme ve şeffaflık özelliklerinin bankalarda artırılması,
- Mikro bazda yapılan düzenlemelerle bireysel olarak bankaların dayanıklılığının artırılması,
- Makro bazda düzenlemelerle finansal sistemin şoklara karşı direncinin artırılmasıdır.

2.ARAŞTIRMALARIN TANITIMI

2.1.BASEL II-Reel Sektör

- a) **Kapsamı:** KOBİ'lerin Basel II Kriterleri hakkında ne kadar bilgi sahibi oldukları, ne tür hazırlık yaptıkları, bakiş açıları ve beklentilerinin neler olduğu değerlendirilmiştir.
- b) **Araştırmanın Yöntemi:** Araştırmamızda İstanbul Sanayi Odası'nın en büyük 1000 firma sıralamasındaki 30 adet Kayseri firmasından 17 adetine uygulanan soru formu ve birebir görüşme yoluyla elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Soru formunda 23 adet soru vardır. Soru formunun ilk 8 sorusu firmaların genel bilgilerini içermektedir. Diğer sorular ise Basel II konuları ile ilgilidir. Soru formu çalışmasında sıralama soruları, açık uçlu sorular ve kategori soruları mevcuttur.
- c) **Kısıtları:** Araştırmanın kısıtı sadece Kayseri ilinin esas alınmasıdır. İleride yapılacak araştırmalar farklı illerde uygulanabilir.

2.2.BASEL III-Bankacılık Sektörü

- a) **Kapsamı:** Türkiye'de faaliyette bulunan bankaların Basel III Kriterleri çerçevesinde Sermaye Yeterlilik Oranları, Ortalama Aktif Kârlılığı, Ortalama Özkaynak Kârlılığı değerlendirilmiştir.
- b) **Araştırmanın Yöntemi:** Türkiye Bankalar Birliği'nin İstatistiki Raporlarından yararlanılarak Türkiye'deki aktif büyüklüğü en fazla olan beş bankanın son beş yıllık (2013-2017)*** oran analizleri elde edilmiştir.
- c) **Kısıtları:** Araştırmada sadece 5 bankanın incelenmesi kısıt oluşturur. Diğer bankaların da ilerde yapılacak araştırmalarda incelenmesi mümkündür.

*** 2018 yıl sonu verileri çalışmamız sürecinde yayınlanmadığı için 2017 yıl sonu verileri kullanılmıştır.

3.BULGULAR

3.1.BASEL II- Reel Sektör

Soru formuna katılan firmaların 14 adeti anonim şirket, 3 adeti limited şirkettir ve ayrıca bu firmalardan 2 adeti halka açık firmadır. Firmaların faaliyet süreleri incelendiğinde; soru formunu cevaplandıran firmaların %41,2'sinin faaliyet süresi 31 yıl veya üzerindedir. Bu durumda soru formunun uygulandığı firmaların %47,1'inin köklü firmalar olduğu Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Verilerin Özet Tablosu

| İşletmenin Faaliyet Süresi | Firma Sayısı | Yüzde (%) |
|---|---------------------|------------------|
| 3-5 yıl | 1 | 5,9 |
| 21-30 yıl | 1 | 5,9 |
| 6-10 yıl | 3 | 17,6 |
| 11-20 yıl | 5 | 29,4 |
| 31 yıl ve üzeri | 7 | 41,2 |
| Toplam | 17 | 100 |
| İşletmede Çalıştırılan Kişi Sayısı | Firma Sayısı | Yüzde (%) |
| 50-250 kişi | 1 | 5,9 |
| 251 kişi ve üzeri | 16 | 94,1 |
| Toplam | 17 | 100 |
| Aktif Büyüklükleri | Firma Sayısı | Yüzde (%) |
| 501 milyon TL ve üzeri | 1 | 5,9 |
| 91-120 milyon TL | 2 | 11,8 |
| 61-90 milyon TL | 3 | 17,6 |
| 121-200 milyon TL | 3 | 17,6 |
| 31-60 milyon TL | 4 | 23,5 |
| 201-500 milyon TL | 4 | 23,5 |
| Toplam | 17 | 100 |
| Net Satış Hasılatları | Firma Sayısı | Yüzde (%) |
| 501 milyon TL ve üzeri | 1 | 5,9 |
| 61-90 milyon TL | 2 | 11,8 |
| 91-120 milyon TL | 2 | 11,8 |
| 121-200 milyon TL | 3 | 17,6 |
| 201-500 milyon TL | 4 | 23,5 |
| 31-60 milyon TL | 5 | 29,4 |
| Toplam | 17 | 100 |

Soru formunun ikinci sorusu olan firmada çalıştırılan kişi sayısına firmaların %94,1'inin cevabı 251 kişi ve üzeri iken %5,9'unun cevabı 50-250 kişi arası olmuştur. İşletmelerin tamamına yakını 250 kişinin üzerinde kişi çalıştırmaktadır. Bu durum firmalardan biri haricindekilerin istihdam gücünün yüksek olduğunu göstermektedir.

İşletmelerin net satış hasılatlarının sorulduğu üçüncü soruda alınan cevaplara göre net satış hasılatlarının en çok 31-60 milyon TL ve 201-500 milyon TL aralığında firmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Firmaların aktif büyüklükleri incelendiğinde 31-60 milyon TL ve 201-500 milyon TL aralığında firmaların yoğunlaştığı görülmektedir.

Finansal sorunların sıralanmasının istendiği 5. soruda firmaların derecelendirdikleri sorunların ortalamalarına göre dağılımı incelendiğinde firmalar en önemli sorun olarak maliyetlerin yüksekliğini belirtirken 2. önemli sorun olarak vadeli satışların çokluğunu ve 3. önemli sorun olarak da alacakların zamanında tahsil edilememesi sorununu belirtmişlerdir. Diğer sorunlar sırasıyla; uygun faizde kredi temin edememe, döviz kurlarındaki dalgalanma, öz kaynak yetersizliği, ticari kredilerin vadelerinin kısıtlılığı, gerekli yatırımların yapılamaması, işletme sermayesinin yetersizliği ve diğer nedenlerdir. Ülkemizin genel sorunu haline gelen maliyetlerdeki yüksekliğin devam ettiği bu soru ile açıkça ortaya konmuştur.

Firmaların kredi kullanıp kullanmadıkları sorulduğunda, firmaların hepsi kredi kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu firmaların 14 adeti 0-12 ay vadeli kredileri kullandığını beyan etmiştir. Bu durumda firmaların genelde kısa vadeli kredileri tercih ettikleri söylenebilir. Bu durum firmaların Basel II açısından değerlendirilmesinde olumlu etki yapmaktadır. 0-12 ay vadeli kredi kullanmayıp uzun vadeli krediyi tercih eden firmaların da açıklamalarında yatırıma ağırlık verdikleri tespit edilmiştir.

Firmaların finansman kaynağı olarak en çok öz kaynakları, banka ticari kredilerini ve son olarak da teşvikli kredileri kullandıkları görülmüştür. Firmalar daha sonra sırasıyla teşvikli kredileri, özel finans kurumlarını, vadeli çek-senedi, satıcı kredilerini, faizsiz bankacılığı ve gayrimenkul satışlarını tercih etmişlerdir. Firmalar, eş-dost-akraba ve dışındaki hiçbir kaynağı kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Özkaynaklardan sonra banka ticari kredilerinin yoğun kullanıldığının belirtilmesi neticesinde teminatlar konusunda firmaların zorluk yaşayacağı aşikardır. Hem firmalar banka ticari kredilerini kullanırken hem de teminat gösterirken sıkıntı yaşayacaklardır.

Basel II hakkında firmaların bilgisinin olup olmadığı sorulduğunda 16 firma bilgilerinin olduğunu belirtirken 1 adet firma bilgilerinin olmadığını belirtmiştir. Basel II Kriterlerinde en önemli noktanın firmaların büyüklüklerine göre ayrılması konusu olduğu düşünüldüğü için firmaların büyüklüklerini sınıflandırmaları istenmiştir.

Basel II tanımlamalarına göre, 3 adet firmanın perakende KOBİ olduğu, 4 adet firmanın kurumsal KOBİ olduğu ve 10 adet firmanın da bu sınıflandırmadan farklı olarak kurumsal firma oldukları ortaya çıkmıştır. İstanbul Sanayi Odası (İSO), her yıl Türkiye'nin ilk 500 ve ikinci 500 büyük firmalarını yayınlamaktadır. Hizmet sektörü firmalarını içermese de Türkiye ekonomisinin durumu hakkında bilgi verecek yararlı bir araçtır. İSO sıralamasında satışları 50 milyon €'yu geçen firmaların sayısı 2003 yılında 299 iken 2017 yılında 774 olmuştur. Bu nedenle 774 firma KOBİ olarak değerlendirilemeyecektir.

Basel II Kriterlerinde risk yönetimi önemli bir konudur. Firmalara risk yönetimi bölümlerinin olup olmadığını sorduğumuzda aldığımız cevaplara göre firmaların %23,5'i risk yönetimi bölümünün olduğunu, %76,5'i risk yönetimi bölümünün olmadığını belirtmiştir. Yapılan incelemelerde risk yönetimi bölümünün olduğunu belirten firmaların 3 adetinde kredi riski, likidite riski ve kur riski bölümlerinin hepsi mevcutken 1 adetinde sadece kredi riski bölümünün mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Firmaların iç denetim birimleri sorgulandığında firmaların verdikleri cevaplara göre firmaların 13 adetinde iç denetim biriminin olduğu, 4 adetinde olmadığı görülmektedir. Bu durum Basel II Kriterleri açısından firmalara avantaj sağlayacaktır. Alınan cevaplara göre 11 adet firmada 3 ayda bir iç denetim yapılırken, 1 adet firmada 6 ayda bir ve 1 adet firmada da yılda bir iç denetim yapılmaktadır. Süreler iç denetim için uygun sürelerdir. İç denetim uygulamayan firmalar için sıkıntılar olabileceğini belirtmekte yarar vardır.

Firmaların çoğunluğunda iç denetim mevcuttur. Bağımsız dış denetim hakkında bilgi edinmek istediğimizde firmaların %88,2'sinde bağımsız dış denetimin olduğunu görmekteyiz. Bu durumda iç denetimi olmayan bazı firmaların bağımsız dış denetim yaptırdıklarını söyleyebiliriz. Bağımsız dış denetim yaptıran 15 firmanın 5 adeti 3 ayda bir, 2 adeti 6 ayda bir ve 8 adeti yılda bir denetim yaptırmaktadır.

Firmaların sermaye artırımını ile ilgili bilgilerini sorduğumuzda firmaların %52,9'u sermaye artırımına gittiklerini, %47,1'i sermaye artırımını yapmadıklarını belirtmektedir. Sermaye artırımına giden firmaların çoğunluğu da son yıllarda sermaye artırımına gitmişlerdir. Firmalar sermaye yapılarını güçlendirdikleri sürece kredi temininde kolaylıklarla karşılaşacaklardır.

KOBİ'lerin kredilerden yararlanma oranlarının düşük olma nedenlerinden en önemlisinin kredilerin maliyeti olduğunu belirtmektedirler. 2. önemli nedenin kredi veren kuruluşların yetersizliği, 3. önemli nedenin ekonomik krizler olduğu daha sonra sırasıyla krediye ihtiyaç duyulmaması, yurtdışı kredi temininin kolaylığı ve diğer nedenler belirtilmektedirler. Büyük firmalara düşük oranla kredi verilirken KOBİ'lere verilen kredilerde kredi oranı daha yüksek tutulmaktadır. Bunun sonucunda KOBİ'ler uygun faizde kredi temin edememe durumuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Ancak Basel II uygulamalarıyla bu durum daha da pekişecektir. Eğer KOBİ'ler gereken düzenlemeleri (şeffaflaşma, kayıt dışılığı azaltma vb.) yapmazlarsa kredi maliyetlerinin yüksekliği devam edecektir.

Basel II Kriterlerinin bankalara etkisinin dışında bir de reel sektöre etkileri olduğunu daha önce belirtmiştik. Firmalara Basel II Kriterlerinin reel sektöre muhtemel etkilerinin neler olabileceği konusundaki beklentileri sorulduğunda, Basel II Kriterlerinin reel sektöre muhtemel etkilerinden en önemlisinin derecelendirme gereksinimini artırması olduğu görülmektedir. 2. önemli etkinin borçlanma maliyetinin seviyesini değiştirmesi, 3. önemli etkinin kredilerde fiyat farklılaştırmasını artırması olduğunu belirtebiliriz. Kalan etkileri de şöyle sıralayabiliriz; bankalarca talep edilen verilerin kapsamını artırması, teminat türlerini değiştirmesi, yönetim yapısında değişikliğe neden olması ve diğer etkiler. Bu durumda firmaların en çok

derecelendirme konusundan etkileneceği açıktır. Standart yaklaşımda ilk konu derecelendirme olacağından, firmaların bu konuyu dikkate alarak derecelendirmeye dahil edilecek hususlara önem vermesi gerekmektedir.

Firmaların zorlukların hepsini yaşayacaklarını düşündükleri görülmektedir. En önemli zorluğun kayıt dışılık ile ilgili sorunlar olacağı belirtilmiştir. Kayıt dışılık ile ilgili sorunların çözülmesiyle reel sektör firmaları hem daha kolay ve düşük maliyetli kredi temin edebilecekler hem de ekonomi göstergeleri olumlu etkilenecektir.

Firmaların derecelendirme ile ilgili yaşayacaklarını düşündükleri zorluklar sıralandığında, firmalar derecelendirme ile ilgili olarak en çok derecelendirme kuruluşlarının azlığının zorluk yaşatacağını, daha sonra derecelendirme ile ilgili bilgi eksiliğinin zorluk yaşatacağını ve son olarak da derecelendirmenin maliyetinin zorluk yaşatacağını beklemektedirler. Bu durum, ülkemizde derecelendirme kuruluşunun olmamasının etkisinin küçümsenmemesi gerektiğini göstermektedir.

Firmaların kısa ve uzun vadede Basel II'den beklentilerinin, kısa vadede firmaların %82,4'ünün olumlu, %17,6'sının olumsuz olduğu görülmektedir. Orta ve uzun vadede ise bütün firmaların olumlu beklentileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Basel II hakkında ilk başta firmaların olumlu beklentilerinin düşük olması normaldir. Bu kriterlerin uzun vadede yararlı olacağı firmalar açısından da ortak görüştür.

Türkiye'nin ilk 1000 büyük firması arasında olmanın verdiği güvenle firmalar Basel II'de zorluk yaşamayacaklarını düşünmektedirler. Aynı şekilde Basel II ve risk yönetimi konuları hakkında bilgiye ulaşmada firmalar zorluk yaşamayacaklarını belirtmektedirler.

Firmaların Basel II ve risk yönetimi konularında eğitimlere katılma durumları sorulduğunda firmaların %47,1'i eğitimlere katıldıklarını, %52,9'u herhangi bir eğitime katılmadıklarını belirtmişlerdir. Eğitime katılanların çoğunluğu bankaların Basel II hakkında verdikleri seminerler vb. eğitimlere katıldıklarını açıklamışlardır. Eğitime katılan ve katılmayanların ortak isteği, bu konudaki eğitimlerin içeriğinin firmaların faydalanabileceği şekilde geliştirilmesi ve firmaların nasıl etkileneceğinin daha çok vurgulanması gerektiği yönündedir.

Son olarak soru formunda firmaların Basel II'ye hazırlık sürecinde karşılaşılabileceklerini bekledikleri engeller/kısıtlar/sorunlar vb. sıralanması istenmiştir.

Firmalar Basel II'ye hazırlık sürecinde en çok nitelikli ihtisas personeli konusunda sorun yaşayabileceklerini beklemektedirler. Daha sonra sırasıyla, Basel II'nin anlaşılabilmesi, maliyetlerin yüksek olması, yetersiz bütçe, muhasebesel kısıtlar ve teknoloji gelmektedir. Bu sorunların üstesinden gelinebilmesi için firmaların danışmanlardan yardım alması gerekebilir.

Basel II Kriterleri konusunda büyük firmaların pek sorun yaşamayacağı, daha küçük firmaların Basel II'den olumsuz etkilenebilecekleri düşünülmektedir. Firmalardan aldığımız bilgiler ışığında küçük ve orta büyüklükteki firmaların Basel II'ye uyum aşamasında zorluk yaşayacakları açıktır. Bu konuda geçiş sürecinde en çok yardımın KOBİ'lere yapılması gerektiği düşünülmektedir.

3.2.BASEL III – Bankacılık Sektörü

Basel III Kriterlerinin temelini oluşturan sermaye, likidite ve kârlılık oranlarını esas aldığımız araştırmamızda Türkiye Bankalar Birliği'nin yayınladığı verilerden analizler yapılmıştır. Türkiye'de 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla aktif büyüklüğü sıralamasındaki ilk beş banka şöyledir:

1. Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası AŞ.
2. Türkiye İş Bankası AŞ.
3. Türkiye Garanti Bankası AŞ.
4. Akbank T.A.Ş.
5. Türkiye Halk Bankası AŞ.

Sermaye Yeterliliği Oranları: 31 Aralık 2017 konsolide finansal tablo verilerine göre aşağıdaki oranlar elde edilmiştir.

Tablo 2: Sermaye Yeterliliği Oranları

| | Sermaye Yeterliliği Oranı | | | | |
|---|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 |
| Türkiye'de Bankacılık Sistemi | 16,8 | 15,5 | 15,6 | 16,4 | 15,4 |
| Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. | 15,2 | 14,5 | 15,1 | 18,2 | 13,2 |
| Türkiye Halk Bankası A.Ş. | 14,2 | 13,1 | 13,8 | 13,6 | 13,9 |
| Akbank T.A.Ş. | 17,0 | 14,3 | 14,6 | 15,2 | 15,0 |
| Türkiye İş Bankası A.Ş. | 16,7 | 15,2 | 15,6 | 16,0 | 14,4 |
| Türkiye Garanti Bankası A.Ş. | 18,7 | 16,2 | 15,0 | 15,2 | 14,4 |

Kaynak:<https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>

Sermaye yeterliliği oranlarının 2013 yılından 2017 yılına kadar artış gösterdiği görülmektedir. Garanti Bankası'nın 2017 yılında sermaye yeterliliği oranının sektör ortalamasının üstünde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sermaye yeterlilik oranının yüksek olması bankaların kredilerin geri ödenmemesi durumunda daha az sıkıntı yaşayacağını ortaya koymaktadır.

Likidite Oranları: 31 Aralık 2017 konsolide finansal tablo verilerine göre aşağıdaki oranlar elde edilmiştir.

Tablo 3: Likidite Oranları

| | Likit Aktifler / Kısa Vadeli Yükümlülükler | | | | |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 |
| Türkiye'de Bankacılık Sistemi | 44,8 | 47,4 | 50,6 | 52,9 | 54,1 |
| Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. | 42,1 | 46,1 | 51,2 | 58,1 | 57,3 |
| Türkiye Halk Bankası A.Ş. | 39,8 | 34,9 | 37,6 | 34,7 | 40,8 |
| Akbank T.A.Ş. | 56,5 | 62,1 | 61,3 | 62,5 | 65,4 |
| Türkiye İş Bankası A.Ş. | 44,3 | 47,4 | 53,1 | 52,4 | 46,0 |
| Türkiye Garanti Bankası A.Ş. | 40,8 | 39,6 | 46,0 | 53,3 | 57,2 |

Kaynak:<https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>

Likidite oranlarına baktığımızda, hem sektör ortalamaları hem de banka bazında, 2013 yılından 2017 yılına doğru azalma olduğu görülmüştür. Akbank'ın diğer bankalardan daha yüksek likidite oranlarına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Likidite oranı yüksek bankalar, aktiflerini daha iyi yönetebilecektir.

Kârlılık Oranları: 31 Aralık 2017 konsolide finansal tablo verilerine göre aşağıdaki oranlar elde edilmiştir.

Tablo 4: Kârlılık Oranları

| | Ortalama Aktif Kârlılığı | | | | | Ortalama Özkaynak Kârlılığı | | | | |
|---|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 |
| Türkiye'de Bankacılık Sistemi | 1,7 | 1,5 | 1,2 | 1,4 | 1,6 | 14,9 | 13,5 | 10,8 | 12,0 | 13,1 |
| Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. | 2,0 | 2,0 | 1,9 | 1,8 | 1,8 | 18,6 | 18,8 | 17,2 | 17,3 | 18,7 |
| Türkiye Halk Bankası A.Ş. | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1,5 | 2,2 | 16,0 | 12,6 | 12,9 | 14,4 | 20,8 |
| Akbank T.A.Ş. | 2,1 | 1,8 | 1,4 | 1,6 | 1,7 | 17,0 | 15,8 | 11,6 | 13,6 | 13,6 |
| Türkiye İş Bankası A.Ş. | 1,6 | 1,6 | 1,2 | 1,5 | 1,6 | 13,4 | 13,8 | 10,1 | 12,8 | 13,7 |
| Türkiye Garanti Bankası A.Ş. | 2,1 | 1,9 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 16,5 | 15,2 | 12,0 | 13,2 | 13,7 |

Kaynak:<https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>

Kârlılık oranlarına baktığımızda, bankaların sektör ortalamalarında veya üstünde oldukları tespit edilmiştir. Ziraat Bankası'nın özkaynak karlılığı, Garanti Bankası'nın ise aktif karlılığı diğer bankalara kıyasla daha yüksektir. Karlılık oranlarının yüksek olması temelde bankaların mevduat ve kredi faizleri arasındaki farkın yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Basel II kriterleri hem firmalar hem de bankalar açısından faydalı olacaktır. Firmalar öncelikle derecelendirme notlarının yükselmesi için kayıt dışılık gibi uygulamaları sonlandırmak zorunda kalacaklar, bankalar da derecelendirme neticesinde daha az riskli firmaları belirleyerek kredi kullanılabileceklerdir.

Yaptığımız çalışmada da görülmektedir ki, firmalar ne kadar güçlü ise Basel II'den çekinceleri o kadar azdır. Ancak, ülkemizde daha çok KOBİ'lerin mevcut olduğu düşünülecek olursa, bu kriterlerin uygulanmasının zorlu geçeceği açıktır. Araştırmamıza katılan firmalar, Kayseri'nin en büyük firmalarından ve Türkiye'nin ilk 1000 firması arasındaki firmalardan oldukları için Basel II ile ilgili herhangi bir problem yaşayacaklarını düşünmemektedirler. Bu firmaların yetkililerinin araştırmamız sırasındaki görüşleri, büyük firmaların değil küçük ve orta büyüklükteki firmaların Basel II kriterlerinden olumsuz etkilenecekleri yönündedir.

İşletmeler, finansal tablolarının şeffaflığı, finansal yapılarının gücü, kurumsal yönetimleri, risk yönetim seviyeleri gibi konular dikkate alınarak standart yaklaşımda bağımsız derecelendirme kuruluşlarınca, içsel derecelendirmeye dayalı yaklaşımlarda ise bankalar tarafından derecelendirmeye tabi tutulacaklardır. Yüksek kredi notu alan firmalar daha az kredi maliyeti ile kredi temini olanağına sahip olabileceklerdir. Fakat, Türkiye'deki firmalar incelendiğinde, işletme sermayelerinin yetersiz olduğu, kayıt dışılık nedeniyle yeterince şeffaf olamadıkları, aile şirketlerinin çokluğu nedeniyle kurumsal yönetimin sağlanmadığı, kalifiye personelin (özellikle risk yönetimi ve finansal yönetim konularında) bulunmadığı gözlenmektedir.

Basel II kriterlerinin da uygulanmaya başlamasıyla firmaların kredi temini için kendi bünyelerinde köklü değişimlere gitmeleri gerekmektedir. Firmalara şu önerilerde bulunabiliriz;

- Kalifiye personelle çalışmaya başlanması
- Sigortasız işçi çalıştırılmasına son verilmesi
- Finansal yapılarının güçlendirilmesi
- Faaliyetlerini kayıt altına alarak finansal tabloların sunulması
- Kurumsal yönetim kültürünün oluşturulması

Basel II uygulamalarında dikkat edilmesi gereken diğer bir konu ise teminattır. Firmalar genellikle müşteri çek ve senedi, gayrimenkul ipotekleri kullanırken, Basel II kapsamında bu tür teminatlar risk azaltıcı unsur olarak görülmedikleri için kredi teminatı olma özelliğinde değildirler. Bu durumda firmalar teminat konusunda sıkıntı yaşayabileceklerdir. Firmaların en kısa sürede teminatlarını değiştirmeleri gerekmektedir. Özellikle Basel II'de konut ipoteği karşılığında kredi temin etmek firmalara avantajlar sağlayacaktır. Firmaların bu konuya gereken önemi göstermeleri büyük önem taşımaktadır.

Çalışmaya katılan firmaların kayıt dışılık, kamuya açıklık vb sorunları olmadığı için ve gelir tablosu-bilanço gibi verilerine güvendikleri için Basel II uygulanacağı zaman kredi alımında sorun yaşamayacakları çok açıktır. Ancak, KOBİ olarak tanımlanan firmaların kredi alımında birçok problemle karşılaşacakları ya da kredi maliyetlerinin büyük firmalara oranla çok daha fazla olacağı belirtilmektedir.

Firmalar, belirtilen tedbirleri aldıkları takdirde Basel II uygulamalarında sorun yaşamayacaklar ve uluslararası piyasalardan bile rahatlıkla kredi temin edebileceklerdir. Basel II uygulamalarının avantajını iyi değerlendiren firmalar bu durumdan kârlı çıkacaklardır. Firmalar önerileri dikkatle uyguladıklarında Basel II'den kaynaklanan tehditleri fırsat haline dönüştürebileceklerdir.

Basel III Kriterlerinin finans sektörünü temelde sermaye yönünden etkilediği belirtilmiştir. Bankacılık sektöründe finansal tablolardan elde edilen veriler neticesinde Basel III düzenlemelerine ne kadar uyum sağlandığı incelenmiştir. Türkiye'deki bankaların 31 Aralık 2017 tarihi itibarıyla aktif büyüklük sıralamasındaki ilk beş banka esas alınarak çalışmalar yapılmıştır.

Bankaların sermaye, likidite ve karlılık oranlarının sektör ortalamalarının üstünde olması Basel III Kriterlerine uygunluğunu göstermektedir. Çalışmamızdaki bankaların oran analizleri olumlu olarak görülse de piyasa koşulları, dış ekonomik etkenler dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

Ülkemiz bankacılık sistemi Basel Kriterlerini finansal sistem içerisinde uygulamaktadır. Bankacılık sisteminin krizlere karşı daha güçlü olması ve daha etkin finansal destek sağlaması amaçlanmaktadır. Türkiye 2013 yılından itibaren Basel III Kriterlerini kademeli şekilde uygulamakta olup, 2019 yılında sürecin tamamlanması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Ateş, Alişan, (2003) “Bankalarda Üstlenilen Riskler ve Türk Bankacılık Sisteminin Basel Kriterlerine Uyumu”, Yüksek Lisans Tezi,
- Balcı, Baki Rıza, (2011) “The Nexus Between Basel II and IFRS for SMEs”, Journal of Yasar University, 21 (6), 3471-3479.
- Bartolini, Monica, Silvia Gardini & Giuseppe Savioli, (2014) “International Financial Reporting Standards and SMEs: The Effects on Firm Rating According to Basel II”, International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation, 10 (1), 43-67.
- Beşinci, Murat, “Basel Kriterleri, Basel II’nin Finans ve Bankacılık Sektörüne Etkileri ve Türk Bankacılık Sektörünün Basel II’ye Uyum Süreci”, Active Dergisi, 25.01.2019
- Cangürel, Ozan ve diğ., (2010) Sorularla Basel III. BDDK Risk Yönetim Dairesi, Ankara.
- Dedu, Vasile & Dan Costin Nitescu, (2012) “Basel III-Between Global Thinking and Local Acting, Theoretical and Applied Economics”, 19 (6), 5-12.
- Demirkol, Ömer Faruk ve Emel Aba, (2012) “BASEL II Sermaye Yeterliliği Uzlaşısı Süreci İçinde Gelen Ek Düzenlemeler Seti: BASEL III Kriterleri”, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 5 (2), 253-265.
- Demirkol, Ömer Faruk ve Emel Şenbayram, (2014) “Basel III Uzlaşısı ve Makroekonomik Boyutu”, KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi (KSÜ Journal of Social Science), 11 (2), 245-262.
- Doğan, Burcu ve Erkan Sarsıcı, (2018) “Basel III ve Kobi’ler Üzerine Muhtemel Etkileri”, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 04 (02), 110-116.
- Küçüközmen, Coşkun, (2007) Basel II, Kastamonu Ticaret Borsası. Kastamonu.
- Sungur, Gökhan ve Abdurrahman Okur, (2014) “Basel Kriterleri ve KOBİ’ler Tarafından Anlaşılmasına Yönelik Uygulama Çalışması”, Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi, Sayı 1, 11-23.
- Şendoğdu, Aslan, (2010) “Basel II Kriterlerinin Dünü Bugünü ve Gelecek İçin Bir Üst Sürümüne Olan İhtiyacın Kaçınılmazlığı”, Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi, 1 (2), 4-13.
- Yüksel, Ayhan, (2005). Basel II nin KOBİ Kredilerine Muhtemel Etkileri. BDDK Araştırma Dairesi. Ankara
- Yayla, Münür ve Yasemin Türker Kaya, (2005). “Basel-II, Ekonomik Yansımaları ve Geçiş Süreci”, BDDK ARD Çalışma Raporları: 2005/3, 1-52.
- Türkiye Bankalar Birliği İstatistik Raporlar, Erişim Tarihi: 20.01.2019
- Ziraat Bankası Eğitim Daire Başkanlığı. (2005). Basel II (Yeni Sermaye Yeterliliği Düzenlemesi). Ankara.

Yerli Ziyaretçilerin ve Halkın Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisine Yönelik Algısı: Beyşehir Örneği¹

Perception Of Visitors Related To The Effect Of Alternative Tourism On Regional Development: Beyşehir Example

Refika ATALAY *
Şafak ÜNÜVAR**

ÖZ

Turizm gelişmiş ülkeler için ekonomik büyümenin gelişmekte olan ülkeler için ise ekonomik kalkınmanın önemli araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda, çevreye ve yerel kültürlerle daha duyarlı hale gelen turizm tüketicisinin tüketim tercihlerinin değişmesiyle daha fazla gündeme gelen alternatif turizm, kalkınmada geri kalmış yörelerin turizm potansiyellerini harekete geçirerek, geri kalmışlığın sebep olduğu sosyo-ekonomik sorunların çözümünde de önemli bir politika aracı haline gelmiştir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Araştırma Konya iline bağlı Beyşehir yöresinin alternatif turizm potansiyelini incelemeyi ve mevcut potansiyelin bölgesel kalkınmaya etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada daha önce yapılmış çalışmaların ölçekleri geliştirilerek anket formu oluşturulmuş, 192'si yerli halk, 219'u yerli ziyaretçi olmak üzere toplam 411 kişiye birebir uygulanmıştır. Anket yoluyla elde edilen verilerin analizinde IBM SPSS 21.0 paket programından yararlanılarak yüzde, frekans, Ki-Kare, varyans analizi, t testi istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Sonuç olarak, bölge halkının ve yerli ziyaretçilerin yörenin alternatif turizm potansiyeli hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları tespit edilmiş. Turizm sektörüne gerekli yatırımlar yapıldığı takdirde turizmin Beyşehir yöresinin kalkınmasında etkili bir sektör olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Ekonomik Kalkınma, Bölgesel Kalkınma, Alternatif Turizm, Beyşehir

ABSTRACT

Tourism sector has emerged as one of the important means of economic growth for developed countries and for developing countries as an important means of economic development. In recent years, alternative tourism, which has become more sensitive to the environment and the local cultures, has become an important policy tool in the solution of the socio-economic problems caused by backwardness by activating the tourism potentials of undeveloped regions. Quantitative research method was used in the study. Survey technique was preferred as data collection method. In this study we researched the alternative tourism potential of the Beyşehir region connected to Konya City and we tried to determine its role of the potential in regional development. We prepared a questionnaire form by using previous studies. We applied this form on a total of 411 persons of which 192 are local residents and 219 domestic tourists. Percentage, frequency, Chi-square, variance analysis, t-test statistical methods were used in the analysis of the data obtained by the questionnaire using IBM SPSS 21.0 package program. As a result, the survey shows that the people of the region and local tourists don't have sufficient knowledge about the alternative tourism potential and that if the necessary investments are made in the tourism sector, it can be an effective sector in the development of the Beyşehir region.

KEYWORDS

Economic Development, Regional Development, Alternative Tourism, Beyşehir

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 29.03.2019 | 12.06.2019 |
| Atıf | Atalay, R. ve Ünüvar, Ş. (2019). Yerli Ziyaretçilerin ve Halkın Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisine Yönelik Algısı: Beyşehir Örneği. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 469-480. |

¹ Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda kabul edilmiş olan "Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Beyşehir Yöresi Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Öğr.Gör., Selçuk Üniversitesi Akören Ali Rıza Ercan Meslek Yüksekokulu, ratalay@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3013-1314

** Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilimdalı, safakunuvar@selcuk.edu.tr, ORCID:0000-0001-9177-8704

GİRİŞ

Turizm sektörü, ödemeler dengesine ve istihdama sağladığı katkıların yanı sıra yapısı gereği gelişmeyi endüstriyel merkezlerden kırsal bölgelere taşıyarak bölgesel kalkınmaya da ivme kazandırmaktadır. Ancak, özellikle gelişmekte olan ülkelerin turizmden yeterli payı almaları ve rekabet avantajı sağlamaları sundukları turizm hizmet ve ürünlerini çeşitlendirmelerine bağlıdır (Öztürk ve Yazıcıoğlu,2002:2). Bu açıdan değerlendirildiğinde kronikleşmiş cari açık, işsizlik ve geri kalmış bölgeler gibi sorunlarla mücadele eden Türkiye ekonomisi için turizm ürün ve hizmetlerini çeşitlendirmek stratejik bir öneme sahiptir.

Küreselleşme ve değişen tüketici tercihleri zamanla turizm talebinde de değişiklikler meydana getirmiş bunun sonucunda deniz-kum ve güneş turizmi olarak da bilinen kitle turizminin yerini doğal, tarihi ve sosyal unsurlarıda kapsayan alternatif turizm almaya başlamıştır (Zengin ve Sancar, 2014:142). Özellikle 1980’li ve 1990’lı yıllarda kitle turizminin pek çok negatif etkisine maruz kalmış ülkemiz için de alternatif turizm hem geri kalmış bölgelerdeki turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmasında hem de hizmet ve ürün çeşitlendirilmesinde önemli bir rol oynayabilir.

Araştırmanın amacı Konya iline bağlı Beyşehir ilçesinin alternatif turizm potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelin bölgesel kalkınmadaki rolünü incelemektir. Bu kapsamda öncelikle alternatif turizm kavramına değinilmiş daha sonra Beyşehir Yöresinin alternatif turizm olanakları ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

1.ALTERNATİF TURİZM KAVRAMI

Alternatif turizm 1980’li yıllarda, kitle turizminin neden olduğu: bölgenin yerel mimarisinin bozulması, hava ve gürültü kirliliğinin artması,doğal alanların tahribi, kültürel yozlaşma gibi turizm üzerindeki negatif etkilere tepki olarak ortaya çıkmıştır (Arslaner ve Erol,2017:423;Boytok vd.,2017:5). Bu bağlamda alternatif turizmin ortaya çıkmasını sağlayan etmenleri şu şekilde sıralayabiliriz (Yıldız ve Kalağan,2008:43; Ulsan,2009:24-25;Erdogan,2003);

- Turizmin olumsuz çevresel etkilerinin fark edilmeye başlaması,
- Doğal kaynakların azalması ve niteliklerinin bozulması,
- Sürdürülebilir turizm anlayışının gelişmeye başlaması,
- Turizmin mevsimsel bir sektör olmaktan çıkması yönündeki eğilimler,
- Turistlerin klasik turizm anlayışından sıkılması ve niş turizm alanlarına yönelmeye başlamaları,
- Tüketicilerin çevreye duyarlı hale gelmeye başlaması,
- Turistlerin, 3S (Sea-Sun-Sand/Deniz-Güneş-Kum) turizmi yerine 3E (Exciting-Educational-Entertainment/Heyecan-Eğitim-Eğlence) turizmi benimsenmeye başlanmış insanlar yeni arayışlar içerisine girmişlerdir.

Literatürde hala kesin bir tanımı bulunmayan alternatif turizm kavramı “yumuşak turizm”, “korumacı turizm”, “yeşil turizm,”doğaya yönelik turizm”, “eko turizm”, “uygun turizm”, “sürdürülebilir turizm”, “inceleme turizmi” gibi turizm türleriyle birlikte anılmaktadır (Zengin ve Sancar,2014:144;Tekeli, 2001:4;Uluççen, 2011:35). Bir kısım araştırmacılar alternatif turizmi turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi olarak yorumlamakta bu nedenle alternatif turizm kavramını özel ilgi turizmiyle aynı anlamda kullanmaktadırlar (Kılıç ve Kurnaz,2010:40). Birçok araştırmada kitle turizmine karşı bir tepki olarak ortaya çıktığı savunulan alternatif turizmi, “geleneksel ve klasik kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle oluşmuş bir turizm çeşidi” olarak tanımlamakda mümkündür (Kılıç ve Kurnaz,2010:42). Turizm Bakanlığı tarafından yapılan tanıma göre ise alternatif turizm: “Sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden turizm çeşididir” (Doğan ve Yıldız, 2007:157). Başka bir tanımlamayla alternatif turizm, “doğal kaynak stoklarını koruyarak, kaliteli bir çevrenin devamının sağlanması ve yöre halkının turizm ile ilgili faaliyetlerini kontrol ederek, ekonomik fayda sağlaması amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür” (Suna,2018:45). Yapılan tanımlar ve alternatif turizme ait kriterler göz önüne alındığında bu turizm anlayışının özelliklerini ve ilkelerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Arslaner ve Erol,2017:424;Suna,2018:45);

- Kitle turizmine oranla küçük ölçeklidir. Bu nedenle küçük turist grupları veya bireysel turizm faaliyetleri ön plandadır.
- Yerel mirasın ve çevrenin korunmasını ön görür.
- Özel çekiciliği olan farklı yerlerin geliştirilmesini sağlar.
- Bölgenin ekonomik fırsatlarını değerlendirmesine ön ayak olur.
- Yerel hizmetlerin değerlendirilmesini sağlar.

- Pazarlama iletişiminin geliştirilmesine öncülük eder.
- Yerel halk ve kültür önceliklidir.
- Bölgenin taşıma kapasitesini göz önüne alarak doğal, tarihi ve kültürel kaynakları korur.
- Gelişim sürecinde tüm paydaşların katılımını öngörür.

Alternatif turizm tek bir turizm çeşidi gibi algılanmasına karşın pek çok turizm türünü içinde barındırmaktadır. Bu açıdan bir turizm faaliyetinin alternatif turizm kapsamına girebilmesi için sürdürülebilirlik ilkelerine göre geliştirilme potansiyelinin olması gereklidir (Boytok vd.,2017:6). Alternatif turizm türlerinden bazıları; doğa turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi, gastronomi turizmi, termal turizm, ornitoloji turizmi, macera turizmi, göl turizmi, mağara turizmi, av turizmi olarak sıralanabilir.

İspanyada yapılan “Geleceğin Turisti” araştırma sonuçlarında gösterdiği gibi günümüzde turistlerin turizm faaliyetine bakış açıları değişmiştir. Söz konusu araştırmaya göre geleceğin turistleri çevreye duyarlı, kültürel ve yerel değerlere saygılı ve bozulmamış mekanlar arayan kişilerden oluşmakta ve bu kapsamda kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerine yönelmektedirler (Torun,2013:33). TÜRSAB’ın 2005 yılında yapmış olduğu araştırmaya göre dünyadaki turizm trendine bağlı olarak Türkiye’ye yapılan seyahatlerin amaçlarında da değişiklikler ortaya çıkmış, alternatif turizm türlerine yönelik seyahatlerde artışlar gözlemlenmiştir (Yeşiltaş ve Öztürk,2008:8). Bu bağlamda Türkiye alternatif turizm anlayışını geliştirmek adına önemli adımlar atmaya başlamış ve alternatif turizm açısından iki tür ürün geliştirme yoluna gitmiştir. Bunlardan ilki doğayı, sağlığı ve dini içerikleri kapsayan turizm çeşitleridir. İkincisi ise yine diğer seçenekle bağlantılı olan kamp ve karavan turizmi, kış turizmi, kuş gözlemciliği, av turizmi ve golf turizmidir (Kılıç ve Kurnaz,2010:43). Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi Türkiye Turizm Stratejisi ve 2007-2013 Eylem Planında hedeflendiği gibi Türkiye’de turizm sektörünün bütün bir yıla yayılması ve ürün çeşitlendirmesinin yapılabilmesi için zorunlu görülmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007:22). Söz konusu hedeflere ulaşabilmek ise ancak, değişen turizm anlayışının ortaya çıkardığı yeni talepleri karşılayacak yeni yatırımların yapılmasıyla mümkündür (Yeşiltaş ve Öztürk,2008:8).

2.BEYŞEHİR VE ALTERNATİF TURİZM OLANAKLARI

İlkçağlarda “Pisidya” adıyla anılan Beyşehir, on üçüncü yüzyılın başlarında harap edildiği için “Viranşehir” olarak adlandırıldı. On üçüncü yüzyılın ortalarında Selçuklu sultanlarından Alaeddin Keykubad’ın hâkimiyetine giren bölge Türkmenler tarafından yeniden inşa edildi. Bölge on üçüncü yüzyıldan on dördüncü yüzyıla kadar Eşrefoğulları Beyliğinin hâkimiyetinde kalmıştır. Bu dönemde Seyfeddin Süleyman Bey şehir surlarla koruma altına almış ve şehir “Süleymanşehir” olarak adlandırılmaya başlanmış zamanla beyin şehri olarak anılan bölge Beyşehir adını almıştır (Alperen, 2001:3).

Geçmiş neolitik çağlara kadar dayanan Beyşehir, Hititliler, Frigler, Bizans, Anadolu Selçuklular, Moğollar ve son olarak Osmanlı İmparatorluğu olmak üzere pek çok medeniyete ev sahipliği yapmıştır bu nedenle tarihi eser yönünden zengindir (Konya Turizm Envanteri, 2000:144).

Beyşehir yöresi tarım, hayvancılık, balıkçılık, tekstil ve dokumacılık, silah ve av sanayi, madencilik sektörleriyle ön plana çıkmasının yanı sıra alternatif turizm açısından da pek çok olanağa sahiptir. Bu bağlamda Beyşehir’deki doğal, tarihi ve kültürel varlıkların envanteri dikkate alındığında yörede yapılabilecek alternatif turizm türleri aşağıdaki gibi sıralanabilir;

İnanç Turizmi: Bölgede tarihi cami ve türbeler inanç turizminde önemli bir yere sahiptir. Eşrefoğlu Camii, Yarım Türbe, Demirli Mescit, Bayındır Camii, Hacı Armağan Camii, Çarşı Camii bölgenin inanç turizminde kullanılabilir eserler arasındadır.

Tarih ve Kültür Turizmi: Beyşehir’in kültür ve tarih turizmine kaynak oluşturan önemli eserler İsmail Ağa Medresesi, Bezzarlar Hanı (Bedesten), Çifte Hamam, Taş Köprü, Kubad-Abad Sarayı, Eflatunpınar, Kale Kapısı, Fasıllar Anıtı, Heraklis Lahdi, Sonsuz Şükran Köyüdür.

Göl Turizmi: Beyşehir Gölü, Türkiye’nin üçüncü en büyük gölüdür ve tatlı su gölleri arasında da birinci sıradadır (Alperen, 2001:9; Özdemir, 2016:92). Beyşehir Gölü farklı balık türlerine ev sahipliği yaptığı için olta balıkçılığı turizmine uygun olmasının yanı sıra Üstünler-Yarbaşı Plajı sayesinde plaj turizmi ve sörf turizmi içinde olanaklar barındırmaktadır (Özdemir, 2016: 93-94). Ayrıca günbatımı sırasında göl ve Anamas Dağlarının oluşturduğu görünüm açısından dünyada birinci derece gruplar arasında yer almakta ve bu özelliği ile özellikle fotoğrafçılık turizmi ile ilgilenen ziyaretçiler tarafından tercih edilmektedir (Alperen, 2001:9).

Kuş Gözlem (Ornitoloji) Turizmi: Beyşehir Gölü ve çevresindeki adalar yırtıcı hayvan barındırmadığı ve özellikle balıkçılığın yapılmadığı sezonlarda ıssızlaştığı için su kuşları ve diğer pek çok kuş türü açısından önemli bir üreme ve barınma alanıdır. Kızılırmak Deltasından sonra en fazla kuş çeşidine ev sahipliği yapan Beyşehir Gölü “Önemli Kuş Alanı (ÖKA)” ilan edilmiştir (<http://www.beysehir.bel.tr>, 2019.) . Türkiye’nin en büyük milli parklarından biri olan Beyşehir Gölü Milli Parkı 153 kuş türünü barındırmaktadır ve kuş türleri

için araştırmalar devam etmektedir (<http://www.konyahaber.com> ,2019). Söz konusu özellikler bölgede kuş gözlem turizmi ve fotoğrafçılık turizmi yapmak için uygun koşullar sunmaktadır.

Mağara Turizmi: Beyşehir Türkiye'nin en fazla mağarası bulunan bölgelerinden biri olmasının yanı sıra mağaralarıyla uluslararası bir öneme de sahiptir.Yapılan araştırmalar sonucunda Beyşehir'de 39 mağara ve çevresinde 45 mağara kayda geçilmiştir (<http://www.beysehir.gov.tr> ,2019). Bu özelliğiyle bölge speleologlar ve mağara turizmiyle ilgilenen ziyaretçiler için idealdir.

Termal Turizm: Hüyük beldesinde bulunan Köşk Termal Kaplıcaları hafif karbonatlı suyuyla böbrek hastaları, nevrit, çocuk felci gibi hastalıkların tedavisinde tercih edilmektedir (Özdemir, 2016: 108). Ayrıca bölgenin termal turizmi için diğer önemli şifalı sular Kuşaklı çamuru ve kaplıcası, Sevindik şifalı suyu, Yeşildağ Çamurluğu Kaplıcasıdır.

Ekolojik Turizm: Coğrafi şekiller ve doğa yönünden şanslı olan bölgede trekking, bisiklet, yaban hayatı gözlemciliği, doğa gezileri, botanik geziler, olta balıkçılığı, yamaç paraşütü, köy ve çiftlik turizmi gibi pek çok farklı ekolojik turizm olanağı mevcuttur (Özdemir, 2016:111).

3.YÖNTEM

3.1.Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı Beyşehir yöresinin alternatif turizm arzının ve bu alandaki mevcut potansiyelin bölgenin kalkısındaki etkisinin incelenmesidir. Bu amaçla yerel ziyaretçilerin ve halkın bölgenin turizmine ilişkin görüşleri alınmıştır. Ayrıca yapılan anket çalışmasında yerli halk ve yerli ziyaretçilere farklı anketler uygulanmış olmakla birlikte bazı sorular ortaktır ve bu ortak soruların sorulmasındaki amaç bölgenin turizmiyle ilgili yerli halk ve yerli ziyaretçilerin bakış açısındaki farkları ve benzerlikleri saptamaktır.

3.2.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırmanın sınırlılıkları ve varsayımlarına değinmeden teorik olarak bazı kavramların açıklanması yerinde olacaktır. Bir destinasyona gelen ve konaklama süresi 24 saati aşan ya da 24 saatten az olan tüm kişiler ziyaretçi olarak tanımlanır. Ziyaretçi kavramı hem turist hem de günübirlikçileri kapsamaktadır.

Turist, sürekli yaşadığı yerin bulunduğu yerden başka bir yere giden ve gittiği yerde 24 saatten fazla süre ile kalan ya da o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapan kişidir. Gittiği yerde 24 saatten az kalan ya da o yerin bir konaklama tesisinde bir geceleme yapmadan seyahat eden kişiye ise günübirlikçi (ekskürsionist) denir. Bu bağlamda araştırmaya hem turistler hem de günübirlikçiler dahil edilmiştir. Her ikisi için ziyaretçi kavramı kullanılmıştır.

Araştırma Konya İlinin Beyşehir yöresiyle sınırlıdır. Diğer bir önemli sınırlılık ise her ne kadar farklı demografik özelliklere sahip kişiler araştırmaya dâhil edilmeye çalışılmış olsa da araştırmanın yalnızca yerli halk ve yerli ziyaretçilere uygulanmış olmasıdır, bu kapsamda yabancı ziyaretçiler araştırmaya dâhil edilmemiştir (Anket çalışmasının yalnızca 2017 yılının bahar ve yaz dönemini kapsaması buna karşın sonbahar ve kış mevsimlerini kapsamaması da araştırmanın sınırlılıklarından biridir).

Araştırma bazı varsayımlar altında geçerlidir. Söz konusu varsayımları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür;

- Araştırmaya katılan yerli ziyaretçilerin ve yerli halkın anket sorularına verdikleri cevaplar gerçek görüşlerini yansıtmaktadır,
- Seçilen örneklem ana kütleyi yansıtmaktadır,
- Ankette yer alan sorular, söz konusu kısıtlamalar dâhilinde alternatif turizmin bölgesel kalkınmadaki rolünü ortaya koymakta yeterlidir,
- Hipotezleri test etmek için kullanılan istatistik analizleri yeterlidir.

3.3.Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veriler 2017 yılı Nisan-Temmuz aylarını kapsayan dönemde 192'si yerli halk, 219'u yerli ziyaretçi olmak üzere toplam 411 kişiye birebir anket uygulanarak elde edilmiştir. Anketlerin İstatistiksel analizinde IBM SPSS 21.0 paket programından yararlanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık için $p < 0.05$ değeri kullanılmıştır. Yerli halk ve yerli ziyaretçilere uygulanan anketlerde yer alan demografik özelliklere ilişkin istatistikler frekans (n) ve yüzde (%) dağılımları olarak verilmiştir. Ayrıca sorunlar ve avantajlar ölçeğinde yer alan sorulara ilişkin istatistikler Ortalama (Ort) ve Standart Sapma (SS) olarak verilmiştir. Kategorik değişkenler arasındaki ilişki analizlerinde ise n ve % değerleri ile veriler tanımlanmıştır.

Ölçeklerin güvenilirliği Cronbach alpha katsayısı ile kontrol edilmiş ve sorunlar ölçeğinin güvenilirliği yerli halk için 0.702, yerli ziyaretçi için 0.830 olarak bulunmuştur. Avantaj ölçeğinin güvenilirliği ise yerli

halk için 0.821, yerli ziyaretçi için 0.820 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu güvenilirlik katsayıları ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Çalışmada sürekli değişkenler ile ilgili yapılacak testler öncesinde verilerin normalliği Kolmogorov-Smirnov normallik testi ile kontrol edilmiş ve sorunlar ile avantajlar ölçekleri üzerinden elde edilen toplam puanların normal dağılıma uygun olduğu belirlenmiştir.

Her iki ankette de ortak sorular olan Beyşehir bölgesinin turizm açısından sorunları ve avantajları içeren iki ölçeğin, yerli halk ve yerli ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Demografik değişkenlerin arasındaki ilişkiler ki-kare testi ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin yerli halk ve yerli ziyaretçilere göre karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.

Anketlerin hazırlanmasında daha önce ölçekleri test edilmiş olan tezlerin (Ayşe Durgun, Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği, Mustafa Boz, Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi, Yeliz Uluhan, Alternatif Turizm Çeşitlerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Konya Örneği) anket sorularından faydalanılmıştır.

4.BULGULAR, SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1.Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Araştırmaya 192 yerli halk, 219 yerli ziyaretçi olmak üzere toplam 411 kişi katılmıştır. Katılımcılara ait demografik değişkenler tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Yerli Halk ve Yerli Ziyaretçilere İlişkin Demografik Özellikler

| Değişken | Kategori | Yerli Halk | | Yerli Ziyaretçi | |
|---------------------------|--------------|------------|------------|-----------------|------------|
| | | n | % | n | % |
| Cinsiyet | Erkek | 77 | 40.1 | 99 | 45.2 |
| | Kadın | 115 | 59.9 | 120 | 54.8 |
| Yaş | <18 Yaş | 15 | 7.8 | 13 | 5.9 |
| | 18-24 Yaş | 28 | 14.6 | 43 | 19.6 |
| | 25-34 Yaş | 61 | 31.8 | 59 | 26.9 |
| | 35-44 Yaş | 44 | 22.9 | 60 | 27.4 |
| | 45-55 Yaş | 28 | 14.6 | 29 | 13.2 |
| | >55 Yaş | 16 | 8.3 | 15 | 6.8 |
| Eğitim Durumu | İlkokul | 32 | 16.7 | 20 | 9.1 |
| | Lise | 62 | 32.3 | 68 | 31.1 |
| | Ön Lisans | 43 | 22.4 | 47 | 21.5 |
| | Lisans | 36 | 18.8 | 50 | 22.8 |
| | Lisansüstü | 19 | 9.9 | 34 | 15.5 |
| Gelir | <1500 TL | 28 | 14.6 | 37 | 16.9 |
| | 1501-2500 TL | 70 | 36.5 | 68 | 31.1 |
| | 2501-3500 TL | 50 | 26.0 | 51 | 23.3 |
| | 3501-4500 TL | 30 | 15.6 | 42 | 19.2 |
| | >4501 TL | 14 | 7.3 | 21 | 9.6 |
| Beyşehir’de Yaşama Süresi | 0-1 Yıl | 4 | 2.1 | - | - |
| | 2-5 Yıl | 47 | 24.5 | - | - |
| | 6-10 Yıl | 25 | 13.0 | - | - |
| | 10+ Yıl | 116 | 60.4 | - | - |
| TOPLAM | | 192 | 100 | 219 | 100 |

4.2.Beyşehir Yöresinin Turizmine ve Turizm Faaliyetlerine İlişkin Görüşlerin Dağılımı

Ankete katılan yerli halk ve yerli ziyaretçilerin Beyşehir yöresinin turizmine ve turizm faaliyetlerine ilişkin görüşlerinin frekans ve yüzde dağılımlarına Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Yerli Halk ve Yerli Ziyaretçilerin Beyşehir'in Turizmi ve Turizm Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri

| Değişken | Kategori | Yerli Halk | | Yerli Ziyaretçi | |
|---|---|------------|------------|-----------------|------------|
| | | n | % | n | % |
| Beyşehir yöresinin kalkınmasına öncülük edecek ekonomik faaliyet alanı | Tekstil Sanayi ve Dokumacılık | 34 | 17.7 | 17 | 7.8 |
| | Silah ve Av Sanayi | 50 | 26.0 | 51 | 23.3 |
| | Mermer Sektörü | 12 | 6.3 | 8 | 3.7 |
| | Turizm | 83 | 43.2 | 138 | 63.0 |
| | Diğer | 13 | 6.8 | 5 | 2.3 |
| Turizmin gelişmesi Beyşehir yöresi için ne ölçüde faydalıdır | Faydalı | 54 | 28.1 | 66 | 30.1 |
| | Faydalı Değil | 20 | 10.4 | 14 | 6.4 |
| | Yatırım Yapılırsa Faydalı Olabilir | 91 | 47.4 | 119 | 54.3 |
| | Fikrim Yok | 27 | 14.1 | 20 | 9.1 |
| Beyşehir'de turizmin gelişmesi bölgesel kalkınmaya <u>en çok</u> hangi alanda katkı sağlar | Yeni istihdam alanları sunar | 47 | 24.5 | 43 | 19.6 |
| | Altyapı ve üstyapının geliştirilmesini sağlar | 48 | 25.0 | 27 | 12.3 |
| | Sosyo-kültürel gelişmeye ivme kazandırır | 45 | 23.4 | 70 | 32.0 |
| | Yörenin tanınırlığını artırır | 47 | 24.5 | 73 | 33.3 |
| | Diğer | 5 | 2.6 | 6 | 2.7 |
| Beyşehir turizm açısından yeterince tanıtılıyor mu? | Evet | 23 | 12.0 | 33 | 15.1 |
| | Hayır | 128 | 66.7 | 117 | 53.4 |
| | Fikrim Yok | 41 | 21.4 | 69 | 31.5 |
| Beyşehir'de en etkin olan turizm faaliyeti hangisidir? | Tarih turizmi gezileri | 21 | 10.9 | 18 | 8.2 |
| | Doğa gezileri | 36 | 18.8 | 31 | 14.2 |
| | Göl gezintileri ve plaj etkinlikleri | 99 | 51.6 | 130 | 59.4 |
| | İnanç turizmi gezileri | 23 | 12.0 | 19 | 8.7 |
| | Yamaç paraşütü etkinlikleri | 4 | 2.1 | 5 | 2.3 |
| | Sportif olta balıkçılığı etkinlikleri | 4 | 2.1 | 8 | 3.7 |
| | Eko turizm etkinlikleri | 5 | 2.6 | 8 | 3.7 |
| | Diğer | - | - | - | - |
| Beyşehir yöresinin bölgesel kalkınmasında öncülük edecek alternatif turizm türü hangisidir? | Göl turizmi | 57 | 29.7 | 63 | 28.8 |
| | Su sporları turizmi | 12 | 6.3 | 19 | 8.7 |
| | Kamp- karavan turizmi | 19 | 9.9 | 26 | 11.9 |
| | Termal turizm | 6 | 3.1 | 11 | 5.0 |
| | Sportif olta balıkçılığı turizmi | 7 | 3.6 | 9 | 4.1 |
| | Kuş gözlem turizmi | 26 | 13.5 | 19 | 8.7 |
| | Foto safari turizmi | 4 | 2.1 | 5 | 2.3 |
| | Mağara turizmi | 10 | 5.2 | 3 | 1.4 |
| | İnanç turizmi | 21 | 10.9 | 19 | 8.7 |
| | Botanik turizmi | 2 | 1.0 | 2 | 0.9 |
| | Bisiklet turizmi | 5 | 2.6 | 5 | 2.3 |
| | Doğa turizmi | 9 | 4.7 | 21 | 9.6 |
| | Diğer | 14 | 7.3 | 17 | 7.8 |
| TOPLAM | | 192 | 100 | 219 | 100 |

Beyşehir yöresinin kalkınmasına öncülük edecek ekonomik faaliyet alanının ne olması gerektiğine yönelik ifadeye; ankete katılan yerli halkın %43.2'si ve ziyaretçilerin ise %63'ü turizm olmasını gerektiği belirtmişlerdir. Turizmin gelişmesi Beyşehir yöresi için ne ölçüde faydalıdır ifadesine; yerli halk %47.4'ü yatırım yapılırsa faydalı olacağını söylerken ziyaretçilerin ise yine aynı şekilde %54.3'ü yatırım yapılırsa faydalı olacağını belirtmişlerdir. Beyşehir'de turizmin gelişmesi bölgesel kalkınmaya en çok hangi alanda katkı sağlar ifadesine; yerli halk %25'lik oranla alt yapı ve üst yapıyı geliştireceğini, ziyaretçilerin ise %33,3'ü yörenin tanınırlığını artırır ifadesini belirtmişlerdir. Beyşehir turizm açısından yeterince tanıtılıyor mu ifadesine; yerli halkın %66.7'si, ziyaretçilerin ise te %53.4'ü hayır cevabını vermişlerdir. Beyşehir'de en etkin olan turizm faaliyeti hangisidir ifadesine; yerli halkın %51.6'sı, ziyaretçilerin ise %59.4'ü göl gezintileri ve plaj etkinlikleri cevabını vermişlerdir. Beyşehir yöresinin bölgesel kalkınmasında öncülük edecek alternatif turizm türü hangisidir ifadesine; yerli halk %29.7 ile göl turizmi, ziyaretçiler için ise birinci alternatif %28.8 ile yine göl turizmi cevabını vermişlerdir.

4.3. Araştırmaya Katılan Yerli Ziyaretçilerin Seyahat ve Konaklama Davranışları

Araştırmaya katılan yerli ziyaretçilerin Beyşehir yöresindeki seyahat tercihlerine dair sorulara verdikleri cevaplara ilişkin değerler tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Ziyaretçilerin Beyşehir’deki Seyahat Tercihlerine İlişkin Özellikler

| Değişken | Kategori | Yerli Ziyaretçi | |
|---|--|-----------------|------------|
| | | n | % |
| Beyşehir’e kaçınıcı gelişiniz? | İlk kez | 44 | 20.1 |
| | İkinci kez | 64 | 29.2 |
| | Üç ve daha fazla | 111 | 50.7 |
| Beyşehir’e tekrar gelmeyi düşünür müsünüz? | Evet | 173 | 79.0 |
| | Hayır | 18 | 8.2 |
| | Kararsızım | 28 | 12.8 |
| Beyşehir’de ne kadar süre konaklamayı düşünüyorsunuz? | Günübirlik | 108 | 49.3 |
| | 1-3 gün | 74 | 33.8 |
| | 4-5 gün | 22 | 10.0 |
| | 5-7 gün | 6 | 2.7 |
| Kalış sürenizi etkileyen en önemli faktör nedir? | 1 haftadan fazla | 9 | 4.1 |
| | İkamet ettiğim yerin yakın olması | 74 | 33.8 |
| | Konaklama tesislerinin sayısının az olması | 25 | 11.4 |
| | Sunulan etkinliklerin sınırlı olması | 54 | 24.7 |
| | Gezip görülebilecek yerler hakkında yeterli bilgiye sahip olmamam | 54 | 24.7 |
| Beyşehir’de nerede konaklıyorsunuz? | Diğer | 12 | 5.5 |
| | Konaklamıyoruz | 104 | 47.5 |
| | Akraba-arkadaş evi | 33 | 15.1 |
| | Otel | 26 | 11.9 |
| | Motel | 5 | 2.3 |
| | Pansiyon | 24 | 11.0 |
| Turizm için Beyşehir’i tercih etmenizin temel nedeni nedir? | Kamp-karavan-çadır | 16 | 7.3 |
| | Diğer | 11 | 5.0 |
| | Bölgedeki ibadethaneleri ziyaret etmek | 43 | 19.6 |
| | Bölgedeki tarihi ve arkeolojik değerleri görmek | 46 | 21.0 |
| | Sportif faaliyetlerde bulunmak (Av turizmi, olta balıkçılığı, doğa sporları gb.) | 33 | 15.1 |
| | Bölgedeki şifalı sularından yararlanmak | 12 | 5.5 |
| | Arkadaş-akraba ziyareti | 18 | 8.2 |
| Uygun fiyatlı bir destinasyon olması | 28 | 12.8 | |
| TOPLAM | İkamet ettiğim yere yakın olması | 8 | 3.7 |
| | Diğer | 31 | 14.2 |
| | | 219 | 100 |

Anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre, ziyaretçilerin %50.7’si ise üç ve daha fazla kez gelmiş olduğunu, %79’u Beyşehir’e tekrar gelmeyi düşündüğünü, %49.3’ü Beyşehir’de günübirlik kalacaklarını, %33.8 ile ikamet edilen yere yakınlığın kalış süresini etkileyen en önemli faktör olduğunu, %47.5’i Beyşehir’de konaklama yapmadıklarını, %21 ile bölgedeki tarihi ve arkeolojik değerleri görmek için Beyşehir tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

4.4. Veri Analizi

Elde edilen verilerin ve ortaya atılan hipotezlerin analizinde t testi ve Varyans analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda sonuçlar tablolar halinde açıklanmaya çalışılmıştır.

H1: *Beyşehir yöresinin turizm sorunları ile yerli ziyaretçilerin ve yerli halkın demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Tablo 4. Beyşehir Yöresinin Turizm Sorunları İle Yerli Ziyaretçiler ve Yerli Halkın Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi ve Karşılaştırılması

| Değişken | Kategori | Yerli Halk | | | p | Yerli Turist | | | p |
|---------------|--------------|------------|------|------|-------|--------------|------|------|-------|
| | | n | Ort | SS | | n | Ort | SS | |
| Cinsiyet | Erkek | 77 | 4.21 | 0.53 | 0.392 | 98 | 4.11 | 0.48 | 0.426 |
| | Kadın | 115 | 4.27 | 0.42 | | 119 | 4.16 | 0.54 | |
| Yaş | <18 Yaş | 15 | 4.30 | 0.35 | 0.996 | 13 | 4.24 | 0.59 | 0.255 |
| | 18-24 Yaş | 28 | 4.24 | 0.51 | | 43 | 4.19 | 0.48 | |
| | 25-34 Yaş | 61 | 4.26 | 0.40 | | 58 | 4.15 | 0.53 | |
| | 35-44 Yaş | 44 | 4.24 | 0.54 | | 60 | 4.13 | 0.43 | |
| | 45-55 Yaş | 28 | 4.21 | 0.54 | | 29 | 4.14 | 0.42 | |
| | >55 Yaş | 16 | 4.25 | 0.46 | | 14 | 3.81 | 0.79 | |
| Eğitim Durumu | İlkokul | 32 | 4.17 | 0.55 | 0.356 | 20 | 3.87 | 0.71 | 0.091 |
| | Lise | 62 | 4.28 | 0.50 | | 68 | 4.15 | 0.50 | |
| | Ön Lisans | 43 | 4.20 | 0.43 | | 47 | 4.21 | 0.48 | |
| | Lisans | 36 | 4.36 | 0.40 | | 48 | 4.20 | 0.47 | |
| Aylık Gelir | Lisansüstü | 19 | 4.16 | 0.40 | 0.165 | 34 | 4.07 | 0.45 | 0.616 |
| | <1500 TL | 28 | 4.31 | 0.31 | | 37 | 4.06 | 0.63 | |
| | 1501-2500 TL | 70 | 4.16 | 0.51 | | 68 | 4.14 | 0.47 | |
| | 2501-3500 TL | 50 | 4.25 | 0.47 | | 50 | 4.13 | 0.49 | |
| | 3501-4500 TL | 30 | 4.41 | 0.35 | | 41 | 4.24 | 0.46 | |
| >4501 TL | 14 | 4.24 | 0.64 | 21 | 4.07 | 0.57 | | | |

Analiz sonuçlarına göre Beyşehir yöresinin turizm sorunları ile yerli ziyaretçiler ve yerli halkın demografik yapısı arasında anlamlı bir farklılık olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

H2: *Beyşehir yöresinin turizm avantajları ile yerli ziyaretçilerin ve yerli halkın demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Tablo 5. Beyşehir Yöresinin Turizm Avantajları İle Yerli Ziyaretçiler ve Yerli Halkın Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi ve Karşılaştırılması

| Değişken | Kategori | Yerli Halk | | | p | Yerli Turist | | | p |
|---------------|--------------|------------|------|------|-------|--------------|------|------|-------|
| | | n | Ort | SS | | n | Ort | SS | |
| Cinsiyet | Erkek | 76 | 4.43 | 0.57 | 0.428 | 97 | 4.11 | 0.51 | 0.246 |
| | Kadın | 115 | 4.49 | 0.43 | | 119 | 4.16 | 0.49 | |
| Yaş | <18 Yaş | 15 | 4.46 | 0.29 | 0.343 | 13 | 4.50 | 0.44 | 0.602 |
| | 18-24 Yaş | 28 | 4.34 | 0.58 | | 43 | 4.41 | 0.51 | |
| | 25-34 Yaş | 61 | 4.50 | 0.53 | | 58 | 4.31 | 0.51 | |
| | 35-44 Yaş | 44 | 4.43 | 0.49 | | 59 | 4.38 | 0.47 | |
| | 45-55 Yaş | 27 | 4.43 | 0.48 | | 29 | 4.47 | 0.44 | |
| | >55 Yaş | 16 | 4.69 | 0.28 | | 14 | 4.26 | 0.73 | |
| Eğitim Durumu | İlkokul | 31 | 4.38 | 0.57 | 0.290 | 20 | 4.34 | 0.54 | 0.125 |
| | Lise | 62 | 4.47 | 0.46 | | 68 | 4.45 | 0.48 | |
| | Ön Lisans | 43 | 4.38 | 0.53 | | 46 | 4.38 | 0.57 | |
| | Lisans | 36 | 4.60 | 0.38 | | 48 | 4.42 | 0.48 | |
| Aylık Gelir | Lisansüstü | 19 | 4.49 | 0.55 | 0.412 | 34 | 4.18 | 0.41 | 0.326 |
| | <1500 TL | 28 | 4.42 | 0.48 | | 37 | 4.28 | 0.49 | |
| | 1501-2500 TL | 70 | 4.42 | 0.54 | | 67 | 4.46 | 0.50 | |
| | 2501-3500 TL | 49 | 4.46 | 0.49 | | 50 | 4.42 | 0.51 | |
| | 3501-4500 TL | 30 | 4.62 | 0.26 | | 41 | 4.30 | 0.44 | |
| >4501 TL | 14 | 4.42 | 0.64 | 21 | 4.33 | 0.61 | | | |

Analiz sonuçlarına göre Beyşehir yöresinin turizm avantajları ile yerli ziyaretçiler ve yerli halkın demografik yapısı arasında anlamlı bir farklılık olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

H3: *Yerli ziyaretçilerin Beyşehir’de konaklama süreleri ile eğitim ve gelir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.*

Tablo 6. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Konaklama Süreleri İle Eğitim Durumları ve Gelir Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

| | | Konaklama Süresi | | | | | Toplam | p |
|---------------|--------------|------------------|------------|-----------|----------|----------|--------|-------|
| | | Günübirlik | 1-3 gün | 4-5 gün | 5-7 gün | 7+ gün | | |
| Eğitim Durumu | İlkokul | 10 (%50) | 6 (%30) | 4 (%20) | 0 (%0) | 0 (%0) | 20 | 0.928 |
| | Lise | 33 (48.5) | 24 (%35.3) | 7 (%10.3) | 2 (%2.9) | 2 (%2.9) | 68 | |
| | Ön Lisans | 24 (%51.1) | 17 (%36.2) | 3 (%6.4) | 1 (%2.1) | 2 (%4.3) | 47 | |
| | Lisans | 22 (%44) | 19 (%38) | 5 (%10) | 2 (%4) | 2 (%4) | 50 | |
| | Lisansüstü | 19 (%55.9) | 8 (%23.5) | 3 (%8.8) | 1 (%2.9) | 3 (%8.8) | 34 | |
| | Toplam | 108 (%49.3) | 74 (%33.8) | 22 (%10) | 6 (%2.7) | 9 (%4.1) | 219 | |
| Gelir Düzeyi | <1500 TL | 20 (%54.1) | 10 (%27) | 4 (%10.8) | 1 (%2.7) | 2 (%5.4) | 37 | 0.579 |
| | 1501-2500 TL | 36 (%33.5) | 23 (%23) | 6 (%6.8) | 0 (%0) | 3 (%4.4) | 68 | |
| | 2501-3500 TL | 21 (%41.2) | 21 (%41.2) | 4 (%7.8) | 3 (%5.9) | 2 (%3.9) | 51 | |
| | 3501-4500 TL | 20 (%20.7) | 14 (%14.2) | 7 (%4.2) | 0 (%0) | 1 (%2.4) | 42 | |
| | >4501 TL | 11 (%52.4) | 6 (%28.6) | 1 (%4.8) | 2 (%9.5) | 1 (%4.8) | 21 | |
| | Toplam | 108 (%49.3) | 74 (%33.8) | 22 (%10) | 6 (%2.7) | 9 (%4.1) | 219 | |

Analiz sonuçlarına göre yerli ziyaretçilerin bölgedeki konaklama süreleriyle eğitim ve gelir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

H4: Yerli ziyaretçilerin konakladıkları yer ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 7. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Konakladıkları Yer ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

| | | Cinsiyet | | | Toplam | p |
|----------------|--------------------|------------|------------|-------------|--------|---|
| | | Erkek | Kadın | | | |
| Konaklama Yeri | Konaklamıyoruz | 49 (%49.5) | 55 (%45.8) | 104 (%47.5) | 0.650 | |
| | Akraba-arkadaş evi | 10 (%10.1) | 23 (%19.2) | 33 (%15.1) | | |
| | Otel | 13 (%13.1) | 13 (%10.8) | 26 (%11.9) | | |
| | Motel | 2 (%2) | 3 (%2.5) | 5 (%2.3) | | |
| | Pansiyon | 11 (%11.1) | 13 (%10.8) | 24 (%11) | | |
| | Kamp-karavan-çadır | 9 (%9.1) | 7 (%5.8) | 16 (%7.3) | | |
| | Diğer | 5 (%5.1) | 6 (%5) | 11 (%5) | | |
| | Toplam | 99 | 120 | 219 | | |

Analiz sonuçlarına göre yerli ziyaretçilerin konakladıkları yer ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

H5: Yerli ziyaretçilerin Beyşehir'i tercih nedenleriyle cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 8. Ankete Katılan Yerli Ziyaretçilerin Beyşehir'i Tercih Etme Nedenleri ile Cinsiyetleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

| Tercih Nedenleri | Cinsiyet | | | Toplam | p |
|--|------------|------------|------------|--------|---|
| | Erkek | Kadın | | | |
| Bölgedeki ibadethaneleri ziyaret etmek | 18 (%18.2) | 25 (%20.8) | 43 (%19.6) | 0.144 | |
| Bölgedeki tarihi ve arkeolojik değerleri görmek | 20 (%20.2) | 26 (%21.7) | 46 (%21) | | |
| Sportif faaliyetlerde bulunmak (Av turizmi, olta balıkçılığı, doğa sporları gb.) | 23 (%23.2) | 10 (%8.3) | 33 (%15.1) | | |
| Bölgedeki şifalı sulardan yararlanmak | 6 (%6.1) | 6 (%5) | 12 (%5.5) | | |
| Arkadaş-akraba ziyareti | 7 (%7.1) | 11 (%9.2) | 18 (%8.2) | | |
| Uygun fiyatlı bir destinasyon olması | 11 (%11.1) | 17 (%14.2) | 28 (%12.8) | | |
| İkamet ettiğim yere yakın olması | 2 (%2) | 6 (%5) | 8 (%3.7) | | |
| Diğer | 12 (%12.1) | 19 (%15.8) | 31 (%14.2) | | |
| Toplam | 99 | 120 | 219 | | |

Analiz sonuçlarına göre yerli ziyaretçilerin Beyşehir'i tercih etme nedenleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

H6: Yerli ziyaretçilerin Beyşehir'i tercih etme nedenleri ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 9. Anket Katılan Yerli Ziyaretçilerin Beyşehir'i Tercih Etme Nedenleri ile Yaşları Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

| Tercih Nedenleri | Yaş Aralıkları | | | | | | Toplam | p |
|--|----------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|-------|
| | 18- | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-55 | 55+ | | |
| Bölgedeki ibadethaneleri ziyaret etmek | 2 (%15.4) | 6 (%14) | 10 (%16.9) | 9 (%15) | 9 (%31) | 7 (%46.7) | 43 (%19.6) | |
| Bölgedeki tarihi ve arkeolojik değerleri görmek | 0 (%0) | 10 (%23.3) | 16 (%27.1) | 15 (%25) | 3 (%10.3) | 2 (%13.3) | 46 (%21) | |
| Sportif faaliyetlerde bulunmak (Av turizmi, olta balıkçılığı, doğa sporları gb.) | 3 (%23.1) | 5 (%11.6) | 8 (%13.6) | 10 (%16.7) | 4 (%13.8) | 3 (%20) | 33 (%15.1) | |
| Bölgedeki şifalı sularından yararlanmak | 0 (%0) | 2 (%4.7) | 3 (%5.1) | 4 (%6.7) | 2 (%6.9) | 1 (%6.7) | 12 (%5.5) | |
| Arkadaş-akraba ziyareti | 1 (%7.7) | 5 (%11.6) | 4 (%6.8) | 4 (%6.7) | 3 (%10.3) | 1 (%6.7) | 18 (%8.2) | 0.777 |
| Uygun fiyatlı bir destinasyon olması | 3 (%23.1) | 6 (%14) | 9 (%15.3) | 6 (%10) | 3 (%10.3) | 1 (%6.7) | 28 (%12.8) | |
| İkamet ettiğim yere yakın olması | 1 (%7.7) | 1 (%2.3) | 1 (%1.7) | 4 (%6.7) | 1 (%3.4) | 0 (%0) | 8 (%3.7) | |
| Diğer | 3 (%23.1) | 8 (%18.6) | 8 (%13.6) | 8 (%13.3) | 4 (%13.8) | 0 (%0) | 31 (%14.2) | |
| Toplam | 13 | 43 | 59 | 60 | 29 | 15 | 219 | |

Analiz sonuçlarına göre yerli ziyaretçilerin Beyşehir'i tercih etme nedenleri ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık olduğuna dair hipotez reddedilmiştir.

H7: Bölgenin turizm sorunlarının algılamasında yerli ziyaretçiler ve yerli halk arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 10. Bölgenin Turizm Sorunlarının Yerli Ziyaretçiler ve Yerli Halkla İlişkinin Test Edilmesi ve Karşılaştırılması

| Sorunlar | Yerli Halk | | | Yerli Ziyaretçi | | | p |
|----------|------------|------|------|-----------------|------|------|-------|
| | n | Ort | SS | N | Ort | SS | |
| Sorunlar | 192 | 4.25 | 0.47 | 217 | 4.14 | 0.51 | 0.024 |

Analiz sonuçlarına göre yerli halk ve yerli ziyaretçilerin Beyşehir'de turizmin gelişmesinde karşılaşılan sorunlara bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p=0.024<0.05$) bu nedenle hipotez kabul edilecektir. Bu bağlamda yerli halkın sorun puan ortalaması 4.25 ile yerli turistlerin sorun puan ortalamasından (4.14) anlamlı bir şekilde daha yüksektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma kapsamında Konya İline bağlı Beyşehir ilçesinde 2017 yılı Nisan-Temmuz döneminde 192'si yerli halk ve 219'u yerli ziyaretçiler olmak üzere toplamda 411 kişiyle birebir görüşülmüş ve Beyşehir yöresinin turizmi hakkındaki görüşleri alınmıştır. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı Beyşehir yöresinin sahip olduğu alternatif turizm hakkında anket katılımcılarının görüşlerini alarak bu alandaki potansiyeli ve eksikleri ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışmada yerli halk ve ziyaretçilere farklı anketler uygulanmış olmakla birlikte anketleri bazı soruları ortaktır ve bu ortak soruların sorulmasındaki amaç bölgenin turizmiyle ilgili yerli halkın bakış açısı ile yerli ziyaretçilerin bakış açısı arasındaki farkları ve benzerlikleri saptamaktır.

Çalışmada saha araştırmasının yapıldığı Beyşehir yöresinin alternatif turizm açısından farklı pek çok seçeneğe sahip olduğu ve söz konusu bu potansiyelin geliştirilmesi halinde bölgenin kalkınmasında turizmin önemli bir rol oynayabileceği saptanmıştır.

Araştırmaya katılan yerli halk ve yerli ziyaretçiler yörenin kalkınmasında turizmin öncü sektör olduğu, ancak turizmin bölgesel kalkınmayı sağlayabilmesi için yeterli yatırımların yapılması gerektiği görüşünde

birleşmişlerdir. Ayrıca araştırmaya katılan her iki grupta Beyşehir'in turistik değerlerinin yeterince tanıtılmadığı konusunda hem fikirdirler.

Araştırmada gözlemlenen diğer önemli bir bulguda hem yerel halkın hem de yerli ziyaretçilerin yörenin alternatif turizm arzı hakkında yeterli bilgiye sahip olmamalarıdır.

Araştırmaya katkıda bulunan yerli ziyaretçilerin çok büyük bir oranı (%79) bölgeye tekrar gelmeyi düşündükleri beyan etmişlerdir. Ancak katılımcıların neredeyse yarısı bölgeyi günübirlik ziyaret etmektedir. Bu nedenle bölgeye gelen ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri kısadır bunun en temel nedeni ise bölgeyi ziyaret edenlerin pek çoğunun çevre il ve ilçelerde ikamet etmesidir. Bölgede kalış süresinin kısa olmasının diğer önemli nedenleri ise turistik etkinliklerin kısıtlı olması ve turistik değerlerin yeterince tanıtılmaması olarak gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan yerli halka göre bölgenin turizminin gelişmesindeki en önemli engeller turistik etkinliklerin yetersizliği, turistik işletmelerde çalışacak kalifiye eleman eksikliği ve yerel yönetimlerin turizme yeterli ilgiyi göstermemesi olarak sıralanmaktadır. Öte yandan yerli halk bölgede turizmin gelişmesini sağlayacak avantajlar arasında en önemli etmenlerin bölgenin Türkiye'deki en büyük tatlı su gölüne sahip olması, farklı çağlardan tarihi eserleri bünyesinde barındırması, göl kıyısında plajlara sahip olması olarak sıralanmıştır.

Araştırmaya katılan yerli ziyaretçilere göre bölgede turizmin gelişmesindeki en önemli engeller turistik etkinliklerin yetersizliği, bölgenin doğal ve kültürel değerlerinin turizme yeterince aktarılamaması ve plajların turistik amaçlı kullanılmaması olarak sıralanmaktadır. Bunun yanı sıra ankete katılan yerli ziyaretçiler bölgede turizmin gelişmesi için bölgenin sahip olduğu avantajlar konusunda yerli halkla aynı görüşlere sahiptirler.

Çalışma kapsamında birebir yapılan anketler ve gözlemler ışığında bölgede alternatif turizminin gelişmesi ve turizmin bölgesel kalkınmada lokomotif görevini üstlenen sektör olması için sunulan öneriler şunlardır;

- Yerli halk ve özellikle esnafın bölgenin turizmi hakkında bilgilendirilmesi amacıyla eğitim çalışmaları yapılmalı bunun yanı sıra bölgedeki değerler halka gezi programları ile tanıtılabilir.
- Bölgede bulunan turistik tesisler özellikle niteliksel açıdan revize edilmeli farklı konaklama seçenekleri sunulabilir.
- Beyşehir Milli Parkı içerisine kamping alanı yapılarak eko-turizm ve göl turizminin geniş kesimlere yayılması sağlanabilir.
- Tarihi eserlerin çevre düzenlemesi ve bölgedeki alt yapı çalışmaları bölgeye daha az ziyaretçinin geldiği sezonda yapılmalı.
- Tarihi eserleri ve bölgedeki turistik değerleri gösteren tabelaların sayısı artırılabilir.
- Beyşehir'in turizm olanaklarının tanıtılması amacıyla bölgeyi illere bağlayan ana yollar üzerine bölgedeki mağaraları, kuş türlerini, turistik aktiviteleri ve bölgedeki diğer turizm envanterlerini tanıtan tabelalar yerleştirilebilir. Aynı amaç doğrultusunda bölgeyi farklı dillerde tanıtan web siteleri oluşturulabilir. Uluslararası video sitelerinde bölgeyi farklı dillerde tanıtan belgeseller yayınlanabilir. Ayrıca bölgeyi tanıtmak amacıyla kısa film yarışmaları düzenlenebilir.
- Yerel lezzetlerin tanıtılması amacıyla yarışmalar ve festivaller düzenlenebilir.
- Bölge yer alan adalar ve özellikle üzerinde yerleşim bulunan Mada Adası turizm amaçlı geziler ve konaklamalarda önemli bir değer oluşturabilir.
- Beyşehir Karaburun Plajının uluslararası standartlara ulaştırılması amacıyla mavi bayrak alması için çalışmalar başlatılabilir.
- Beyşehir'i çevre illere bağlayan ulaşım sayısı ve çeşidi artırılabilir.
- Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin bölgenin turizmiyle ilgili bilgi edinebilecekleri turizm ofisleri açılabilir.
- Bölgede bulunan Köşk ve Hüyük Kaplıcalarında yer alan tesisler revize edilebilir.

Çalışma genel anlamda değerlendirildiğinde bölgenin kalkınması için tekstil, silah sanayi, tarım ve yer altı kaynakları olmak üzere pek çok sektörün varlığı mevcuttur. Ancak bölgenin farklı çağlara ev sahipliği yapması ve tabii güzelliklerinin bir sonucu olarak alternatif turizm yönünden avantajları mevcuttur ve bu yönüyle turizm bölgesel kalkınmada tek başına etkili olamasa da öncü sektör konumunda olabilir.

KAYNAKÇA

- Alperen, Bilal, (2001), Beyşehir ve Tarihi, Büyük Sistem Dershanesi Matbaası, Konya.
- Arslaner, Ebru ve Günay, Erol, (2017), Alternatif Turizmin Bazı Türleri Üzerine Bir Değerlendirme, Journal of Tourism Gastronomy Studies, 422-438.
- Baytok, Ahmet, Pelit Elbeyi ve H. Hüseyin, Soybalı, (2017), Alternatif Turizm mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme, Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1-14.
- Doğan, Seyhun ve Zafer, Yıldız, (2007), Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi Ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year, 2(6).
- Erdoğan, Nazmiye, (2003), Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Eko Turizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı.
- Kılıç, Burhan ve Alper, Kurnaz, (2010), Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 2(4).
- Konya Turizm Envanteri 2000, Altınarı Ofset, Konya.
- Kültür, T. C., & Bakanlığı, T. , (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Kültür ve Turizm Bakanlığı yayınları, Ankara
- Özdemir, Mehmet, (2016), Konya Tabiat Turizmi Master Planı, T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Konya.
- Öztürk, Yüksel ve İrfan, Yazıcıoğlu, (2002), Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi.
- Suna, Belma, (2018), API Turizm'in Türkiye'deki Yeri ve Önemi, Uludağ Arıcılık Dergisi, Cilt 18, Sayı 1.
- Tekeli, Hasan, (2001), Turizm Pazarlaması ve Planlaması (1. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Torun, Ehlinaz, (2013), Kırsal Turizmin Bölge İnsanına Katkıları, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15(24), 31-37.
- Uluçeçen, Tolgahan, (2011), Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara.
- Ulusan, Yeliz, (2009), Alternatif Turizm Çeşitlerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Konya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yeşiltaş, Murat ve İlker, Öztürk, (2008), Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği", C.Ü. İktisadi İdari Bilimler Dergisi, Cilt 9, Sayı 1.
- Yıldız, Zafer ve Gökhan, Kalağan (2008), Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri, Yerel Siyaset Dergisi, Kasım, ss:42-44.
- Zengin, Burhanettin ve M. Fatih, Sancar, (2014), Alternatif Turizm Türlerinin Pazarlanabilirliği ve Seyahat Acentalarının Bakış Açıları: Şanlıurfa Örneği, Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C:5, S:10.
- http://beysehirkultur.org/viewpage.php?page_id=1 (28.03.2019).
- <http://www.beysehir.gov.tr/magara-turizmi> (28.03.2019).
- <http://www.beysehirhaber.com/bayindirida-unutulan-ve-tanitimlamayan-tarihi-yapit> (28.03.2019).

Satranç Öğretiminin Okul Öncesi Çocukların Dikkat Toplama Becerilerine Etkisi¹

The Effect of Chess Instruction on the Concentration Skills of Preschool Children

Selma TATLIPINAR*
Hüseyin SERÇE**

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, okul öncesi dönemde uygulanan satranç öğretiminin çocukların dikkat toplama becerilerine etkisini incelemek ve bu çerçevede yapılan öğretimin beş yaş gruplarında mı yoksa altı yaş gruplarında mı daha etkili olduğunu ortaya koymaktır. Bu kapsamda çalışma yarı deneme modellerinden eşitlenmemiş kontrol gruplu desene göre gerçekleştirilmiştir. Araştırma, Konya ili Beyşehir ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı bir anaokulunda erken çocukluk eğitime devam eden dört grup öğrenci ile yapılmıştır. Beş yaş deney grubunda 18, kontrol grubunda 18; altı yaş deney grubunda 18, kontrol grubunda 18 olmak üzere toplam 72 öğrenci çalışma grubunda yer almıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak Kişisel Bilgi Formu ve FTF-K Dikkat Toplama Testi kullanılmıştır. Çalışmada araştırmacılar tarafından hazırlanan okul öncesi satranç programı, 10 hafta boyunca haftada 3 ders saati olmak üzere beş yaş ve altı yaş deney gruplarına uygulanmıştır. FTF-K testi ön test, son test ve izleme testi puanları arasındaki karşılaştırmalarda farkın anlamlı olup olmadığını sınamak için ilişkisiz örneklem t-testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda uygulanan satranç öğretiminin; (a) hem beş yaş hem de altı yaş deney grubunda çocukların dikkat toplama becerilerini anlamlı düzeyde artırdığı; (b) beş yaş deney grubu ile altı yaş deney grubu arasında dikkat toplama becerileri açısından anlamlı bir fark oluşturmadığı bulunmuştur. Sonuç olarak, okul öncesi dönemde satranç öğretiminin beş ve altı yaşındaki çocukların dikkat toplama becerilerine olumlu katkılar sağlayabileceği söylenebilir.

ANAHTAR KELİMELER

Okul Öncesi Eğitimi, Satranç Öğretimi, Dikkat Toplama

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the effect of preschool chess instruction on the concentration skills of children and to find out whether this instruction is more effective in five- or six-year-old groups. Accordingly, nonequivalent control group design, one of the quasi-experimental models, was adopted in the research. The study was conducted with four groups of students attending early childhood education in a state kindergarten in Beyşehir, a district in the city of Konya, Turkey. A total of 72 students participated in the study. In the five-year-old group, 18 students were in the experimental group and 18 students in the control group. Similarly, in the six-year-old group, 18 students were in the experimental group, and 18 students in the control group. Personal Information Form and FTF-K Concentration Test were used as data collection tools in the research. The preschool chess curriculum designed by the researchers was applied to the experimental groups of five- and six-year-olds, 3 lessons per week for 10 weeks. Independent samples t-test was used to determine whether the differences between the FTF-K test scores in the pre-test, post-test and delayed post-test were significant. The findings of the research indicated that chess instruction; (a) significantly enhanced the concentration skills of both five- and six-year-old groups; (b) did not create a significant difference between the five- and six-year-old groups in terms of their concentration skills. As a result, it can be argued that chess instruction in preschool period can provide positive contributions to the concentration skills of five- and six-year-old children.

KEYWORDS

Preschool Education, Chess Instruction, Concentration

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 03.04.2019 | 20.05.2019 |
| Atf | Tatlıpınar, S. ve Serçe, H. (2019). Satranç Öğretiminin Okul Öncesi Çocukların Dikkat Toplama Becerilerine Etkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 481-489. |

¹ Bu makale, Selma TATLIPINAR'ın Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Dr.Öğr. Üyesi Hüseyin SERÇE'nin danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Çalışmanın özeti, 30 Ekim-3 Kasım 2018 tarihlerinde gerçekleştirilen IV. Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

* Öğretmen, Milli Eğitim Bakanlığı, selma_0502@hotmail.com, ORCID:0000-0001-6085-8023

** Dr.Öğr.Üyesi, Selçuk Üniversitesi, hserce@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7132-2910

GİRİŞ

Okul öncesi dönem insan yaşamının temelini oluşturur. Zihinsel, duygusal ve sosyal gelişimin çok hızlı olduğu bu dönemde verilenler veya verilmeyenler çocuğun sonraki yaşamını etkiler. Bu gelişime rehberlik etmek açısından okul öncesi eğitim günümüzde artık sorgulanmayan bir öneme sahiptir (Doğru ve Saltalı, 2011; Kaymak Özmen, 2006; Oktay, 2002; Poyraz ve Dere, 2003). Okul öncesi dönemde çocukların yaşamını etkileyen en önemli sorunlarından biri dikkat toplamada yaşadıkları zorluklardır (Yurttaş, Yiğit, Alpaslan ve Karakoç, 2014). Dikkat toplama, düşünceyi bilinçli olarak belirli bir olay, durum, konu vb. üzerine yoğunlaştırma becerisi olarak tanımlanır (Kaymak Özmen, 2011; Özdoğan, 2014).

Dikkat toplama sorunu çocuklar okula başladığı zaman, genellikle ilköğretimin ilk yıllarında – bir konu üzerinde belli bir süre dikkat toplamayı gerektiren çalışmalarda – fark edilir (Kaymak Özmen, 2011; Özdoğan, 2001). Ancak okul öncesi eğitimin yaygınlaşması ile artık daha erken yaşlarda tespit edilebilen bir sorun haline gelmiştir (Yavuz, 2014). Özellikle okul başarısını ve benlik algısını olumsuz olarak etkileyen bu sorunun çözümünde eğitim önemli bir rol oynar. Bir başka deyişle, dikkatini bir konu üzerine toplama öğrenilebilir bir beceridir. Bu nedenle, okul öncesinden itibaren erken yaşlarda dikkat toplama becerisinin geliştirilmesine önem verilmelidir. Böylece, gelecekte ortaya çıkabilecek farklı sorunların azaltılması mümkün olabilir (Kaymak Özmen, 2006; Özdoğan, 2001; Özdoğan, 2014; Yayıcı, 2007). Yapılan çalışmalar da, farklı eğitim programları ve etkinliklerle okul öncesi ve ilköğretim çocuklarının dikkat toplama becerilerinin geliştirilebildiğine, ve bu sorunun çözümünde erken yaşlarda verilecek eğitimlerin önemine vurgu yapmaktadır (Demirova, 2008; Gözalan Alkan ve Koçak, 2018; Karaduman, 2004; Kayılı ve Arı, 2011; Kaymak, 1995; Kaymak, 2003; Koçyiğit, Kayılı ve Erbay, 2010; Kuşçu ve Barışeri, 2012; Pişkin, 2015; Seçer ve Kaymak Özmen, 2015; Uskan, 2011; Yavuz, 2014; Yayıcı, 2007). Diğer taraftan dikkat toplama sorununun çözümünde ‘ilgi’ önemli görülen bir unsurdur. Öyle ki dikkatin bir konu üzerine toplanabilmesi için bireyin o konuya ilgi duyması şarttır (Özdoğan, 2014). İlgi duyulan konular veya ilgi çekici şeyler daha fazla dikkat çeker. (Öztürk, 1999; Ruff ve Rothbart, 1996). Bu durum çocuklar için de geçerlidir. Çocuklar gerçekten sevdikleri şeylere karşı konsantre olur (Kulaç, 1991). Bu noktada satranç, çocukların dikkat toplama becerilerini geliştirmede ilgi çekici bir araç olarak kullanılabilir.

Satranç, şimdiye kadar keşfedilmiş en heyecan verici strateji oyunudur. Tüm dünyada hayranlarını binlerce yıldır cezbetmektedir (Chandler ve Milligan, 2004). Bu oyun, en deneyimsiz oyuncuları bile kendine çeker. Oyun olmanın ötesinde spor, bilim ve sanatın öğelerini içeren karmaşık bir olgu olduğu da genel kabul görür (Suetin, 1994). Alanyazında satrancın pek çok faydası olduğu belirtilir. Buna göre satranç; bellek, düşünme, kavrayış, problem çözme, dikkati toplama ve odaklanma, akademik başarı, hayal gücü ve yaratıcılık, benlik saygısı, davranışın sonuçlarını ön görme, bağımsız hareket etme, sorumluluk alma, plan ve program yaparak uygulama, karar verme, kararlı olma, sabırlı olma açısından olumlu ve geliştirici bir etkiye sahiptir (Ashley, 2005; Kulaç, 2006; Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 2006; Olgaç, 2001; Suetin, 1994). Satrancın bu faydaları çocuklar için de geçerlidir. Satrancın çocuk eğitimine sağladığı olumlu katkılar yaygın olarak kabul görmüştür (Yurttaş ve diğerleri, 2014). Okul öncesi ve ilköğretim öğrencileri üzerinde yapılan araştırmalar satrancın çocukların bilişsel, duyuşsal, sosyal ve yürütücü biliş becerileri üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Akay, 2017; Büyükaşık, 2017; Çubukcu ve Kahraman, 2018; Erdemir, 2018; Erdoğan, 2009; Erhan, Hazar ve Tekin, 2009; Güneş ve Tuğrul, 2017; Işıkgöz, 2016; Kaynar, 2014; Kazemi, Yektayar ve Abad, 2012; Sadık, 2006; Sala, Gorini ve Pravettoni, 2015; Sığırtmaç, 2016; Tekneci, 2009; Trincherro ve Sala, 2016). Dolayısıyla, satranç öğretiminin okul öncesi dönemde yapılmasının önemli olduğu söylenebilir (Sığırtmaç, 2012). Çocukların zihinsel gelişimi ve bir spora yatkınlığın iki ile altı yaşlar arasında ortaya çıktığı düşünüldüğünde satranca erken yaşta başlamanın önemi açıktır (Kulaç, 1991).

Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde satrancın okul öncesi çocukların dikkat toplama becerileri üzerinde etkili olduğuna dair alanyazında genel bir kanı olmasına karşın, bu konuda yeterli çalışma olmadığı görülmektedir. Bununla beraber, çocuklara satranç öğretmeye başlama yaşının genellikle 4-6 arası yaşlar olduğu ve bu yaş çocuklarının oyun kurallarını kolaylıkla öğrenebileceğine dair görüşler bulunmaktadır (Akay, 2017; Ashley, 2005; Chandler ve Milligan, 2004; Kulaç, 1991; Olgaç, 2001). Ancak, bu konu ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Sonuç olarak, mevcut araştırmanın satrancın dikkat toplama becerisine etkisi ve satranca başlama yaşı açısından alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, okul öncesi dönemde uygulanan satranç öğretiminin çocukların dikkat toplama becerilerine etkisini incelemek ve satranç öğretiminin dikkat toplama becerileri açısından 5 yaş gruplarında mı yoksa 6 yaş gruplarında mı daha etkili olduğunu ortaya koymaktır. Bu genel amaç çerçevesinde aşağıdaki denenceler oluşturulmuştur:

1. 5 yaş grubunda satranç öğretimi uygulanan deney grubu ile uygulanmayan kontrol grubunun FTF-K son test puanları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır.
2. 5 yaş grubunda satranç öğretimi uygulanan deney grubu ile uygulanmayan kontrol grubunun FTF-K izleme testi puanları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır.
3. 6 yaş grubunda satranç öğretimi uygulanan deney grubu ile uygulanmayan kontrol grubunun FTF-K son test puanları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır.
4. 6 yaş grubunda satranç öğretimi uygulanan deney grubu ile uygulanmayan kontrol grubunun FTF-K izleme testi puanları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır.
5. Satranç öğretimi uygulanan 5 ve 6 yaş deney gruplarının FTF-K son test puanları arasında 6 yaş lehine anlamlı bir fark vardır.
6. Satranç öğretimi uygulanan 5 ve 6 yaş deney gruplarının FTF-K izleme testi puanları arasında 6 yaş lehine anlamlı bir fark vardır.

1.YÖNTEM

1.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırma yarı deneme modellerinden eşitlenmemiş kontrol gruplu desene göre gerçekleştirilmiştir. Gerçek deneme modellerinden öntest-sontest kontrol gruplu modele benzeyen bu desende olabildiğince benzer özelliklere sahip hazır grupların yansız bir seçimle deney ve kontrol grubu olarak seçilmesi söz konusudur (Karasar, 2009, s. 102). Bu desen çerçevesinde, çalışmada mevcut sınıflar arasından yansız atama ile belirlenen 5 yaş deney ve kontrol grubu, 6 yaş deney ve kontrol grubu olmak üzere toplam dört grup bulunmaktadır. Çalışmada satranç öğretimi uygulanan deney grupları ile uygulanmayan kontrol grupları arasında ve 5 yaş deney grubu ile 6 yaş deney grubu arasında dikkat toplama düzeyleri açısından anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmiştir.

1.2.Çalışma Grupları

Araştırma, Konya ili Beyşehir ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı bir anaokulunda eğitimine devam eden iki 5 yaş ve iki 6 yaş grubu olmak üzere toplam dört grup öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Hangi yaşta satranç öğrenmenin daha verimli olduğunu ortaya koymak için her iki yaş grubuna ait iki deney, iki kontrol grubu oluşturulmuştur. Araştırma öncesi bu dört sınıfta toplam 80 öğrenci bulunmaktaydı. Ancak, devamsızlık sorunu olan öğrenciler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Böylece, 5 yaş deney grubunda satranç eğitimi alan 18 (12 kız, 6 erkek), kontrol grubunda satranç eğitimi almayan 18 (10 kız, 8 erkek); 6 yaş deney grubunda satranç eğitimi alan 18 (10 kız, 8 erkek), kontrol grubunda satranç eğitimi almayan 18 (7 kız, 11 erkek) olmak üzere çalışma grubuna toplam 72 çocuk dâhil edilmiştir.

Çalışmanın amaçları açısından grupların deneysel işlem öncesi dikkat düzeylerinin birbirine benzer olup olmadığı incelenmesi önemli görülmüştür. Bu amaçla, grupların FTF-K ön test puan ortalamaları arasındaki farkın manidar olup olmadığını test etmek için ilişkisiz örneklem t-testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, 5 yaş deney ve kontrol grubu FTF-K ön test puanları ($p=0.64$); 6 yaş deney ve kontrol grubu FTF-K ön test puanları ($p=0.63$); 5 ve 6 yaş deney grubu FTF-K ön test puanları ($p=0.72$) arasında anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir ($p>0.05$). Buna göre, grupların deneysel işlem öncesinde FTF-K ön test puanları açısından birbirine denk olduğu söylenebilir.

Çalışmada ayrıca grupların demografik özellikleri incelenmiştir. Buna göre, 5 yaş deney ve kontrol grubu karşılaştırıldığında 17'şer çocuğun tek çocuk veya en fazla 2 kardeşi olduğu; anne yaş ortalamasının 31-34, baba yaş ortalamasının 36-38 arası olduğu; üniversite mezunu anne sayısının 1-3, baba sayısının 4-5 olduğu; ve ev hanımı anne sayısının 14-16 olduğu belirlenmiştir. 6 yaş grupları karşılaştırıldığında ise 1'i hariç tüm çocukların tek çocuk veya en fazla 2 kardeşi olduğu; anne yaş ortalamasının 34-36, baba yaş ortalamasının 37-40 arası olduğu; üniversite mezunu anne sayısının iki grupta da 2, baba sayısının 3-4 olduğu; ve ev hanımı anne sayısının iki grupta da 17 olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla 5 ve 6 yaş deney ve kontrol gruplarının bu değişkenler açısından birbirine benzer özellikler gösterdiği söylenebilir. Son olarak, çalışmaya katılan çocukların daha önce satranç bilmiyor olmasına dikkat edilmiştir.

1.3.Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada iki veri toplama aracı uygulanmıştır: Kişisel Bilgi Formu ve FTF-K Dikkat Toplama Testi. Kişisel Bilgi Formu, satranç öğretimi öncesi deney ve kontrol gruplarındaki öğrencilerin bazı demografik özelliklerini belirleyebilmek, uygulama öncesi grupların ne derece benzer özellikler taşıdığını karşılaştırma yaparak gösterebilmek ve böylece grupları daha kapsamlı bir şekilde tanımlayabilmek amacıyla araştırmacılar

tarafından geliştirilmiştir. Formda; çocuğun adı-soyadı, doğum tarihi, cinsiyeti, anne-babaların yaşları, mesleği, eğitim düzeyi ve çocuk sayısı ile ilgili sorular yer almaktadır.

Çalışmada çocukların dikkat düzeylerini belirlemek amacıyla FTF-K Dikkat Toplama Testi kullanılmıştır. Raatz and Möhling (1971) tarafından geliştirilen testin güvenilirliği test-tekrar-test metodu ile saptanmıştır. Farklı yıllarda yapılan uygulamalar arasındaki korelasyon katsayıları sırasıyla $r=.79$ ve $r=.85$ olarak bulunmuştur. Türkiye’de bu test Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi son sınıf öğrencileri tarafından beş-altı yaş grubundaki çocuklara uygulanmış ve çocukların testin yönergelerini anlayıp anlamadığı tespit edilmiştir. FTF-K testi bireysel olarak uygulanır. Her bir çocuktan 90 saniyede birbirine karıştırılmış elma ve armutların arasından armutları bularak işaretlemesi istenir. Bu sürede işaretlenen armutlar çocuğun ham puanı oluşturur. Ardından yaş ve cinsiyete bağlı olarak çocuğun düzeltilmiş puanını hesaplanır. Bunun için, çocuğun testin uygulandığı günkü takvim yaşı ve cinsiyetine göre düzeltilmiş puan tablosunda karşılık gelen puanı bulunur. Son olarak, ham ve düzeltilmiş puan toplanarak çocuğun nihai puanı elde edilir. (Kaymak, 1995; Kuşcu, 2010).

1.4.Verilerin Toplanması

Araştırmada ilk olarak deney ve kontrol gruplarında Kişisel Bilgi Formu ve FTF-K Dikkat Toplama Testi ön test olarak uygulanmıştır. Testin uygulamasından önce çocuklara gerekli açıklamalar yapılmış ve çocuklar testin uygulanacağı ortama bireysel olarak alınmıştır. Ayrıca, testin uygulanacağı ortamda çocukların dikkatini etkileyebilecek materyaller ortamdaki çıkarılmıştır. Ön testlerin tamamlanması ve nihai puanların hesaplanması bir hafta sürmüştür. Ardından, deney gruplarındaki öğrencilere 10 hafta boyunca haftada 3 gün 1’er saat, toplamda 30 ders saati satranç öğretimi yapılmıştır. Bu öğretim araştırmacılar tarafından hazırlanan satranç öğretim programı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Programın hazırlanmasında MEB İlköğretim Satranç Dersi Öğretim Programı (2006) başlangıç düzeyi birinci basamak hedef ve kazanımları dikkate alınmıştır. Ayrıca, MEB Okul Öncesi Eğitim Programı (2012) içindeki bilişsel gelişim kazanımlarından dikkat gelişimi ile ilgili olanlar seçilerek programa yerleştirilmiştir. Böylece satranç öğretimi başlangıç düzeyi birinci basamak amaçları ile dikkat gelişimini destekleyen bilişsel gelişim kazanımları arasında eşgüdüm oluşturmak amaçlanmıştır. Hazırlanan satranç öğretim programında her gün için 1, toplamda 30 adet günlük plan bulunmaktadır. Her bir günlük planda dersin amaç ve kazanımlarına uygun olarak kullanılacak öğretim etkinlikleri, materyaller ve değerlendirme kısımları yer almaktadır. Satranç öğretiminden 3 gün sonra FTF-K testi son test, 5 hafta sonra da izleme testi olarak deney ve kontrol gruplarında uygulanmıştır. Deney gruplarıyla satranç öğretimi gerçekleştirilirken kontrol grupları okul öncesi programı doğrultusunda normal eğitimlerine devam etmişlerdir. Hem deney hem de kontrol gruplarındaki eğitimler aynı zamanda grupların öğretmeni olan birinci araştırmacı tarafından verilmiştir. Ayrıca araştırmacı, deney gruplarında uygulanan satranç öğretimi esnasında çocukların davranışlarını gözlemleyerek notlar almıştır.

1.5.Verilerin Analizi

Grupların demografik özelliklerini belirlemek için uygulanan Kişisel Bilgi Formu’ndan elde edilen veriler için frekans ve ortalama analizi yapılmıştır. Grupların dikkat toplama düzeylerinin belirlenmesine yönelik uygulanan FTF-K Dikkat Toplama testinden elde edilen verilerin analizinde hangi yöntemin kullanılacağına karar vermek için öncelikle örneklem büyüklüğünün parametrik testleri kullanmaya uygun olup olmadığı araştırılmıştır. Alanyazında, küçük gruplu deneysel çalışmalarda veri dağılımlarının uygun olması durumunda parametrik istatistiklerin kullanılabilmesi belirtilmektedir (Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2010, s. 150). Bu nedenle ilk olarak verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için deney ve kontrol gruplarının ön test, son test ve izleme testi çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Normal dağılım açısından çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 aralığında olması mükemmel, ± 2 aralığında olması ise kabul edilebilir olarak değerlendirilmektedir (George ve Mallery, 2003). Yapılan incelemede çarpıklık (minimum 0.174, maksimum -1.346) ve basıklık değerlerinin (minimum -0.154, maksimum -1.370) belirtilen değerlerin dışında olmadığı, dolayısıyla verilerin normal dağılım gösterdiği gözlenmiştir. Ayrıca, deney ve kontrol gruplarındaki öğrencilerin, aynı evreni temsil edip etmediğini test etmek için varyansların homojenliğini gösteren Levene testi yapılmıştır. Buna göre; 5 yaş grubu dikkat testi (ön test $p=.135$; son test $p=.103$; izleme testi $p=.080$), 6 yaş grubu dikkat testi (ön test $p=.644$; son test $p=.279$; izleme testi $p=.080$) ve 5-6 yaş deney grubu dikkat testi (ön test $p=.353$; son test $p=.841$; izleme testi $p=.927$) puanları açısından ($p>0.05$) varyansların homojen olduğu gözlenmiştir. Bu incelemeler ışığında araştırmada, deney ve kontrol gruplarının FTF-K ön test, son test ve izleme testi puanları arasındaki karşılaştırmalarda farkın anlamlı olup olmadığını sınamak için parametrik testlerden ilişkisiz örneklem t-testinin kullanılmasına karar verilmiştir. Verilerin istatistiksel çözümlenmesi için IBM SPSS 20.0 programı kullanılmıştır.

2.BULGULAR

2.1.Araştırmanın Birinci Denencesine İlişkin Bulgular

5 yaş gruplarının FTF-K son test puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığı için yapılan ilişkisiz örneklem t-testi sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: 5 Yaş Gruplarının FTF-K Son test Puan Ortalamalarına İlişkin Bulgular

| GRUP | N | \bar{X} | S | sd | t | p |
|---------|----|-----------|------|----|--------|------|
| Kontrol | 18 | 31.33 | 7.14 | 34 | -2.354 | .025 |
| Deney | 18 | 35.83 | 3.83 | | | |

Tablo 1’de görüldüğü gibi, 5 yaş deney ve kontrol grubunun FTF-K son test puan ortalamaları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır, $t(34) = -2.354$, $p < .05$. Dolayısıyla, FTF-K son test puan ortalamaları açısından satranç öğretimi yapılan deney grubunun satranç öğretimi yapılmayan kontrol grubuna göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, elde edilen bulgular araştırmanın birinci denencesini doğrulamaktadır.

2.2.Araştırmanın İkinci Denencesine İlişkin Bulgular

5 yaş gruplarının FTF-K izleme testi puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ilişkisiz örneklem t-testi sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: 5 Yaş Gruplarının FTF-K İzleme Testi Puan Ortalamalarına İlişkin Bulgular

| GRUP | N | \bar{X} | S | sd | t | p |
|---------|----|-----------|------|----|--------|------|
| Kontrol | 18 | 32.05 | 6.85 | 34 | -3.326 | .002 |
| Deney | 18 | 38.05 | 3,40 | | | |

Tablo 2’de görüldüğü gibi, 5 yaş deney ve kontrol grubunun FTF-K izleme testi puan ortalamaları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır, $t(34) = -3.326$, $p < .01$. Bu kapsamda, FTF-K izleme testi puan ortalamaları açısından satranç öğretimi yapılan deney grubunun satranç öğretimi yapılmayan kontrol grubuna göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, elde edilen bulgular araştırmanın ikinci denencesini doğrulamaktadır.

2.3.Araştırmanın Üçüncü Denencesine İlişkin Bulgular

6 yaş gruplarının FTF-K son test puanları arasındaki farkın anlamlılığı için yapılan ilişkisiz örneklem t-testi sonuçları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: 6 Yaş Gruplarının FTF-K Son test Puan Ortalamalarına İlişkin Bulgular

| GRUP | N | \bar{X} | S | sd | t | p |
|---------|----|-----------|------|----|--------|------|
| Kontrol | 18 | 31.61 | 5.13 | 34 | -2.233 | .032 |
| Deney | 18 | 35.11 | 4.22 | | | |

Tablo 3’e göre, 6 yaş deney ve kontrol grubunun FTF-K son test puan ortalamaları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır, $t(34) = -2.233$, $p < .05$. Bu çerçevede, FTF-K son test puan ortalamaları açısından satranç öğretimi yapılan deney grubunun satranç öğretimi yapılmayan kontrol grubuna göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular araştırmanın üçüncü denencesini doğrulamaktadır.

2.4.Araştırmanın Dördüncü Denencesine İlişkin Bulgular

6 yaş gruplarının FTF-K izleme testi puanları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek için yapılan ilişkisiz örneklem t-testi sonuçları Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4: 6 Yaş Gruplarının FTF-K İzleme Testi Puan Ortalamalarına İlişkin Bulgular

| GRUP | N | \bar{X} | S | sd | t | p |
|---------|----|-----------|------|----|--------|------|
| Kontrol | 18 | 33.50 | 5.52 | 34 | -2.288 | .028 |
| Deney | 18 | 37.11 | 3.78 | | | |

Tablo 4’de görüldüğü gibi, 6 yaş deney ve kontrol gruplarının FTF-K izleme testi puan ortalamaları arasında deney grubu lehine anlamlı bir fark vardır, $t(34) = -2.288$, $p < .05$. Dolayısıyla, FTF-K izleme testi puan ortalamaları açısından satranç öğretimi yapılan deney grubunun satranç öğretimi yapılmayan kontrol grubuna göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular araştırmanın dördüncü denencesini doğrulamaktadır.

2.5.Araştırmanın Beşinci Denencesine İlişkin Bulgular

Satranç öğretimi uygulanan 5 ve 6 yaş deney gruplarının FTF-K son test puanları arasındaki farkın anlamlılığı için yapılan ilişkisiz örneklem için t-testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: 5 ve 6 Yaş Deney Gruplarının FTF-K Son test Puan Ortalamalarına İlişkin Bulgular

| GRUP | N | \bar{X} | S | sd | t | p |
|-------------|----|-----------|------|----|------|------|
| 5 Yaş Deney | 18 | 35.83 | 3.83 | 34 | .537 | .595 |
| 6 Yaş Deney | 18 | 35.11 | 4.22 | | | |

Tablo 5’e göre, 5 ve 6 yaş deney grubunun FTF-K son test puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur, $t(34) = .537$, $p > .05$. Bir başka deyişle, FTF-K son test puan ortalamaları açısından satranç öğretimi yapılan 5 ve 6 yaş deney grubunun dikkat toplama düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, araştırmanın beşinci denencesi reddedilmiştir.

2.6.Araştırmanın Altıncı Denencesine İlişkin Bulgular

Satranç öğretimi uygulanan 5 ve 6 yaş deney gruplarının FTF-K izleme test puanları arasındaki farkın anlamlılığı için yapılan ilişkisiz örneklem için t-testi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: 5 ve 6 Yaş Deney Gruplarının FTF-K İzleme Testi Puan Ortalamalarına İlişkin Bulgular

| GRUP | N | \bar{X} | S | sd | t | p |
|-------------|----|-----------|------|----|------|------|
| 5 Yaş Deney | 18 | 38.05 | 3.40 | 34 | .787 | .437 |
| 6 Yaş Deney | 18 | 37.11 | 3.78 | | | |

Tablo 6’da görüldüğü gibi, 5 ve 6 yaş deney grubunun FTF-K izleme testi puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur, $t(34) = .787$, $p > .05$. Dolayısıyla, FTF-K izleme testi puan ortalamaları açısından satranç öğretimi yapılan 5 ve 6 yaş deney grubunun dikkat toplama düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, araştırmanın altıncı denencesi reddedilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma okul öncesi dönemde uygulanan satranç öğretiminin çocukların dikkat toplama becerilerine etkisini incelemek ve satranç öğretiminin dikkat toplama becerileri açısından 5 yaş gruplarında mı yoksa 6 yaş gruplarında mı daha etkili olduğunu belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın ilk dört denencesine yönelik elde edilen bulgular incelendiğinde hem 5 hem de 6 yaş düzeyinde satranç öğretimi yapılan deney grubu ile yapılmayan kontrol grubunun karşılaştırılan FTF-K son test ve izleme test puanları arasında deney grubu lehine anlamlı farklar olduğu bulunmuştur. Böylece, uygulanan satranç öğretiminin 5 ve 6 yaş grubundaki çocukların dikkat toplama becerilerini anlamlı düzeyde arttırdığı ve yapılan izleme testlerinde kalıcı olarak etkilediği görülmüştür. Bu durum Kaynar (2014) tarafından yapılan çalışmanın bulgusu ile de

örtüşmektedir. Dolayısıyla, satrancın okul öncesi 5-6 yaş çocuklarının dikkat toplama becerileri üzerinde olumlu bir katkı sağlayabileceği söylenebilir. Ancak, bu konuda farklı yöntem ve ölçme araçları kullanılarak daha fazla araştırmanın yapılması önerilebilir. Alanyazında satrancın okul öncesi çocuklara katkısına yönelik farklı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalarda okul öncesi dönemde alınan satranç eğitiminin çocukların matematik becerileri (Tekneci, 2009); genel okul olgunluğu ve sosyal becerileri (Kaynar, 2014); bilişsel ve sosyal gelişimi (Akay, 2017); problem çözme becerileri (Çubukcu ve Kahraman, 2018); yön kavramlarını edinimi (Sığırtmaç, 2012); yaratıcı düşünme ve zekâ gelişimi (Sığırtmaç, 2016) üzerinde olumlu etkisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca, Güneş ve Tuğrul (2017) tarafından okul öncesi 6 yaş çocuklarının satranca bakış açıları ile ilgili yapılan bir çalışmada çocukların satranca karşı olumlu tutumları olduğu belirtilmiştir. Tüm bunlar değerlendirildiğinde, satrancın okul öncesi dönemden başlanarak erken yaşlarda öğretilmesinin çocukların çok yönlü gelişimine katkı sağlayabileceği söylenebilir.

Araştırmanın beş ve altıncı denencesine yönelik elde edilen bulgular çerçevesinde satranç öğretimi uygulanan 5 yaş ve 6 yaş deney gruplarının karşılaştırılan FTF-K son test ve izleme testi puanları arasında anlamlı farklar olmadığı görülmüştür. Bir başka deyişle, satranç öğretimi dikkat toplama düzeyini arttırsa da öğrencilerin 5 veya 6 yaşında olmalarının bir fark oluşturmadığı söylenebilir. Dolayısıyla, dikkat toplama becerilerini geliştirmeye yönelik olarak satranç eğitimine başlamak için 6 yaş beklemeye gerek olmadığı, 5 yaşın temel alınabileceği sonucuna ulaşılabilir. Satranca başlama yaşı ile ilgili alanyazında yapılan bir çalışmaya rastlanmadığı için araştırmada ulaşılan bu sonuç önemlidir. Bu sonuç aynı zamanda satranç eğitimine erken yaşlardan itibaren başlanması ile ilgili tavsiyelere somut bir yanıt getirebilir. Diğer taraftan, çalışmada ulaşılan bu sonucun dikkat toplama becerileri ile sınırlı olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle, satranca başlama yaşı ile ilgili genel bir yargıya varabilmek için farklı değişkenlerin de incelendiği çalışmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Araştırmada satrancın okul öncesi çocukların dikkat toplama düzeylerini arttırdığı bulgusu uygulanan eğitim programının olumlu etkisi ile de açıklanabilir. Bir başka deyişle, farklı yöntem ve içeriğe sahip eğitim programları – belki de planlı, düzenli ve aşamalı olması sebebiyle – çocukların dikkat toplama gelişimleri üzerinde olumlu bir etki yaratabilir. Alanyazında bu durumu destekleyen çalışmalar vardır. Bu çalışmalarda, oyun temelli dikkat eğitim programının (Gözalan Alkan ve Koçak, 2018); dikkat toplama becerilerini geliştirici etkinliklerin (Seçer ve Kaymak Özmen, 2015); dikkat eğitim programının (Yavuz, 2014); Orff-Schulwerk yaklaşımı kullanılarak yapılan müzik etkinliklerinin (Kuşçu ve Barışeri, 2012); Montessori yönteminin (Kayılı ve Arı, 2011; Koçyiğit ve diğerleri, 2010) 5 ve 6 yaş çocuklarının dikkat toplama düzeylerini arttırmada etkili olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, okul öncesi dönemde çocukların dikkat toplama becerilerini geliştirmek için farklı yöntem ve içerikleri esas alan eğitim programlarının uygulanabileceği söylenebilir.

Son olarak, her ne kadar araştırmanın denenceleri ile doğrudan ilgili olmasa da satranç öğretimi sırasında çocukların davranışları gözlemlenerek alınan notlara bağlı olarak önemli olabilecek bazı tespitlerde bulunulabilir. Buna göre, 5 yaş grubu öğrencilerde, arkadaşı taşını alacağında çığlık atarak kaçma, arkadaşının taşını aldığı zaman yiyormuş gibi ses çıkarma ya da arkadaşı taşını almasını diye pazarlık yapma gibi davranışlar gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, 5 yaş grubu öğrencilerinin oyuna fazla hayali unsur kattığı ve kuralları bilmelerine rağmen istedikleri gibi oynadıkları görülmüştür. Diğer taraftan, 6 yaş grubunun oyunun ciddiyetinin farkında olup daha planlı davranışlar sergilediği gözlemlenmiştir. 5 yaş grubu öğrencileri arkadaşı taşını aldığı zaman hemen kısasa kısas düşüncesiyle ilk alabileceği taşı almaya çalışırken, 6 yaş grubu öğrencileri daha stratejik düşünerek güçlü taşları almak için planlamalar yapmıştır. 6 yaş grubu öğrencilerde “Ben şimdi onun taşını alırsam, o da ... taşıyla benim taşımı alır.” gibi karşısındakinin hamlesini tahmin etme davranışlarına daha sık rastlanmıştır. Bununla beraber 6 yaş grubu öğrencilerinin zaman zaman oyunu çok fazla ciddiye alarak hırs yaptıkları, kuralları bilmelerine rağmen taşlarını geri almaya çabaladıkları, kaybedilen taşa odaklanarak oyundan uzaklaştıkları, sadece taş alma ve kazanmaya odaklı düşündükleri de görülmüştür. Ayrıca, her iki grupta da öğrenciler taşları kaybetme kaygısı ile zaman zaman oyuna odaklanmada güçlük yaşamışlardır. Bütünüyle bakıldığında, 5 yaş (60-66 ay) çocuklarının genel olarak kurallara uymada daha çok güçlük yaşayabileceği söylenebilir (Gündüz ve Çalışkan, 2013). Araştırmacının gözlem ve notlarına dayanan bu tespitler satranç öğretimi yapacak öğretmenlere ve sonraki araştırmalar açısından araştırmacılara katkılar sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Akay, K. (2017). Okul öncesi dönem çocuklarına verilen satranç eğitiminin bilişsel ve sosyal davranışa etkisinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Ashley, M. (2005). Chess for success: Using an old game to build new strengths in children and teens. New York: Broadway Books.
- Büyükaşık, E. (2017). Ortaokul öğrencilerinin problem çözmeye yönelik tutumları ile satranç bilgisi seviyeleri arasındaki ilişki (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü, N. (2010). Sosyal bilimler için istatistik (6. bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Chandler, M. ve Milligan, H. (2004). Chess for children. London: Gambit Publications.
- Çubukcu, A. ve Kahraman, P. B. (2018). Okulöncesi dönem çocuklarının problem çözme becerilerinin satranç eğitimi alma durumlarına göre incelenmesi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 43 (43), 51-61.
- Demirova, G. (2008). Piyano eğitiminin ilköğretim öğrencilerinin dikkat toplama yetisine etkisi (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Doğru, S. S. Y. ve Saltalı N. D. (2011). Erken çocukluk döneminde özel eğitim (2. bs.). Ankara: Maya Akademi Yayınevi.
- Erdemir, E. S. (2018). Tecrübeli satranç oyuncuları ve satranca yeni başlayan bireylerin kognitif fonksiyonları ve duygusal durumlarının incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Manisa.
- Erdoğan, İ. (2009). Okul öncesi dönemde satranç öğretiminde geleneksel ve bilgisayar destekli öğretim yöntemlerinin karşılaştırılması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erhan, E., Hazar, M. ve Tekin, M. (2009). Satranç oynayan ve oynamayan ilköğretim öğrencilerinin problem çözme becerilerinin incelenmesi. Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 11(2), 1-8.
- George, D. ve Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference (11. bs.). Boston: Allyn & Bacon, USA.
- Gündüz, F. ve Çalışkan, M. (2013). 60-66, 66-72, 72-84 aylık çocukların okul olgunluk ve okuma yazma becerilerini kazanma düzeylerinin incelenmesi. Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic 8(8), 379-398.
- Güneş, G. ve Tuğrul, B. (2017). Is chess just a game, or is it a mirror that reflects the child's inner world? International Journal of Research in Education and Science, 3(2), 438-451.
- Gözalan Alkan, E. ve Koçak, N. (2018). Oyun temelli dikkat eğitim programının 5-6 yaş çocukların dikkat toplama beceri düzeylerine etkisinin incelenmesi. International Journal of Education Sciences and Learning Technology, 1(1), 9-15.
- Işıkgöz, E. (2016). Analysis on math success of secondary school students playing and not playing chess (Sakarya province sample). International Journal of Human Sciences, 13(1), 1689-1699.
- Karaduman, D. (2004). Dikkat toplama eğitim programının ilköğretim 4. ve 5. sınıf öğrencilerinin dikkat toplama düzeyi, benlik algısı ve başarı düzeylerine etkisi (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karasar, N. (2009). Bilimsel araştırma yöntemi (19. bs.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kayılı, G. ve Arı, R. (2011). Examination of the effects of the Montessori Method on preschool children's readiness to primary education. Educational Sciences: Theory and Practice, 11(4), 2104-2109.
- Kaymak, S. (1995). Yuvaya giden beş yaşındaki çocuklarla dikkat toplama çalışmaları (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaymak, S. (2003). Dikkat toplama eğitimi programının ilköğretim 2. ve 3. sınıf öğrencilerinin dikkat toplama becerilerinin geliştirilmesine etkisi (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaymak Özmen, S. (2006). Dikkat toplama becerisini geliştirici etkinlikler: Okul öncesi (1. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kaymak Özmen, S. (2011). Dikkat toplama becerisini geliştirici etkinlikler: İlköğretim 1., 2. ve 3. sınıf (2. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kaynar, F. (2014). Erken çocukluk döneminde verilen satranç eğitiminin ilkokula hazır bulunuşluğa etkisi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kazemi, F., Yektayar, M. ve Abad, A. M. B. (2012). Investigation the impact of chess play on developing meta-cognitive ability and math problem-solving power of students at different levels of education. Procedia: Social and Behavioral Sciences, 32, 372-379.
- Koçyiğit, S., Kayılı, G. ve Erbay, F. (2010). Montessori yönteminin beş-altı yaş çocuklarının dikkat toplama becerilerine etkisinin incelenmesi. Çağdaş Eğitim Dergisi, 35(371), 16-21.
- Kulaç O. (1991). Satranç öğretmen kılavuz kitabı. Ankara: Türkiye Satranç Federasyonu Yayınları.
- Kulaç, O. (2006). Başlangıç düzeyi satranç ders kitabı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kuşcu, Ö. (2010). Orff-schulwerk yaklaşımı ile yapılan müzik etkinliklerinin okulöncesi dönemdeki çocuklarının dikkat becerilerine etkisi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kuşcu, Ö. ve Barışeri, N. (2012). The effect of music activities with orff-schulwerk approach on the attention skills of preschool children. Journal of Teaching and Education, 1(6), 271-281.

- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2006). İlköğretim satranç dersi öğretim programı ve kılavuzu 1-8. sınıflar. Ankara: MEB Yayınları.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2012). Okul öncesi eğitim programı. Ankara: MEB Yayınları.
- Oktay, A. (2002). Yaşamın sihirli yılları: Okul öncesi dönem (4. bs.). İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Olgaç, K. (2001). Satranç öğrenim (7. bs.). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Özdoğan, B. (2001). Altı-on iki yaşlarındaki çocukların eğitimi ve okul başarıları. Eğitim ve Bilim, 26(120), 3-7.
- Özdoğan, B. (2014). Çocuk ve oyun (Genişletilmiş 6. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Öztürk, B. (1999). Öğrenme ve öğretmede dikkat. Milli Eğitim Dergisi, 144, 51-58.
- Pişkin, A. (2015). Dikkat toplama eğitimi programının ilköğretim 2. sınıf öğrencilerinin dikkat toplama becerilerinin gelişmesine etkisi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- Poyraz, H. ve Dere, H. (2003). Okulöncesi eğitiminin ilke ve yöntemleri (2. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ruff, H. A. ve Rothbart, M. K. (1996). Attention in early development: Themes and variations. New York: Oxford University Press.
- Sadık, R. (2006). İlköğretim 4. ve 5. sınıf satranç bilen öğrenciler ile satranç bilmeyen öğrencilerin doğal sayılara ilişkin dört işlem ve problem çözme başarılarının karşılaştırılması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Sala, G., Gorini, A. ve Pravettoni, G. (2015). Mathematical problem-solving abilities and chess: An experimental study on young pupils. Sage Open, 5(3), 1-9.
- Seçer, Z. ve Kaymak Özmen, S. (2015). Dikkat toplamayı geliştirici etkinliklerin içtepesel okul öncesi çocukların düşünme ve dikkat toplama becerilerine etkisi. K. Ü. Kastamonu Eğitim Dergisi, 23(4), 1803-1816.
- Sığırtmaç, A. D. (2012). Does chess training affect conceptual development of six-year-old children in Turkey? Early Child Development and Care, 182(6), 797-806.
- Sığırtmaç, A. D. (2016). An investigation on the effectiveness of chess training on creativity and theory of mind development at early childhood. Educational Research and Reviews, 11(11), 1056-1063.
- Suetin, A. (1994). Satrançta ustalık dersleri (S. Palavan ve Ü. Ünkan, Çev). İstanbul: İnkilap Kitabevi.
- Tekneci, S. S. (2009). Okul öncesi dönemde alınan satranç eğitiminin ilköğretim birinci sınıf öğrencilerin matematik becerileri üzerindeki etkisinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Trincherro, R. ve Sala, G. (2016). Chess training and mathematical problem-solving: The role of teaching heuristics in transfer of learning. Eurasia Journal of Mathematics, Science & Technology Education, 12(3), 655-668.
- Uskan, C. (2011). Dikkat eksikliği bozukluğu olan 8-10 yaşındaki çocukların dikkat becerilerini geliştirmeye dayalı bir programın etkililiğinin sınanması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yavuz, K. (2014). Okul öncesi eğitime devam eden çocukların dikkat becerilerini geliştirmeye yönelik eğitim programının etkililiğinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- Yaycı, L. (2007). İlköğretim dördüncü sınıf öğrencilerinde seçici ve yoğunlaştırılmış dikkat becerilerini geliştirmeye dayalı bir programın etkililiğinin sınanması (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yurttaş, M., Yiğit, S., Alpaslan, A. ve Karakoç, B. (2014). Dikkat eksikliğine farklı yaklaşım (1. bs.). İstanbul: Arı Sanat Yayınları.

Alternatif Bir Gastronomi Tarihi İncelemesi: Resim Sanatında Yemek Hazırlıkları ve Mutfak Sahneleri

An Alternative Analysis on History of Kitchens Through Food Preparation and Kitchen Scenes in the Art of Painting

Defne AKDENİZ*

ÖZ

Bu çalışma yemek hazırlıklarının ve mutfakların konu edildiği resim sanatı örnekleri aracılığıyla, gastronomi alanındaki yazını zenginleştirmeyi amaçlamaktadır. İnsanın yemekle olan sıkı ilişkisinin en açık biçimde görüldüğü yerlerden biri de yiyecek hazırlıklarının yapıldığı mutfaklardır. Mutfaklar, özellikle Avrupa resim sanatı örneklerinde sıklıkla ele alınmıştır. Araştırma alanını 16. ve 19.yy arası olarak belirleyen bu çalışma, döneminin mutfaklarını en iyi temsil ettiğini düşündüğü toplam 12 tabloyu ayrıntılı olarak incelemiştir. Erken dönem resim örneklerinde ön planda meşakkatli işlerin görüldüğü yemek hazırlık sahneleri arka planda kendilerine zıtlık oluşturacak kutsal sahnelerle birlikte verilmiştir. Yaşanan toplumsal değişimlerle birlikte resim sanatında görülen yemek hazırlığı ve mutfak sahneleri de değişmeye başlamış, kullanılan gereçler farklılaşmış, mutfakta yapılan işler daha az zahmet gerektirmeye başlamıştır. Mutfak resimlerinin kasvet verici görüntüsü 19.yy'dan itibaren büyük bir değişim göstermiş ve artık yemek pişirmek kaba bir iş olmaktan uzaklaşarak zarafet gerektiren bir sanat halini almıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Yemek Hazırlıkları, Mutfaklar, Resim Sanatı, Gastronomi Tarihi

ABSTRACT

This study aims to enrich the literature on gastronomy, through examples of painting in which culinary preparations and kitchens are depicted. The kitchens are one of the venues where the close relationship between human and food is visibly clear. The kitchens are frequently reflected in European painting. Limiting its research area as the kitchens between the 16th and 19th centuries, this study examines 12 paintings in detail that are considered to be relevant representations of their era's kitchen. In early examples tough food preparation process and wide variety of foodstuffs in the foreground were given together with the sacred scenes in the background. In time food preparation and kitchen scenes have started to change. The tools used in the kitchen have differentiated and the labor has started to require less effort. The bleak image of kitchen paintings has changed from 19th century onwards, and cooking has become an art created by specialized staff.

KEYWORDS

Food Preparation, Kitchen, Art of Painting, Gastronomy History

| | Makale Geliş Tarihi / Submission Date 19.04.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 20.06.2019 |
|------------|---|--|
| Atf | Akdeniz, D. (2019). Alternatif Bir Gastronomi Tarihi İncelemesi: Resim Sanatında Yemek Hazırlıkları Ve Mutfak Sahneleri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 490-507. | |

* Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ayvacı Meslek Yüksekokulu, defneakdeniz@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8572-5438

GİRİŞ

Günümüzde yaşam alanlarının açık ya da kapalı bir bölümü olarak algılanan ve Türk Dil Kurumu sözlüğünde ‘yemek pişirilen yer, aş damı’ olarak tanımlanan “mutfak” terimi yalnızca bu sözlük anlamıyla kullanılmamaktadır. “Mutfak” zamanla fiziksel bir mekânı tanımlamanın dışına çıkarak, yeme kültürü, yeme alışkanlıkları, pişirme yöntemleri ve yemeklerin kendisini ifade eden geniş bir kavram haline gelmiştir. Örneğin bugün “Fransız Mutfağı” dendiğinde Fransa’da bir evin yahut bir restoranın bir mimar tarafından tasarlanmış bölümü akla nadiren gelmektedir. Akla gelen şey genellikle Fransız yemekleri, soslar, tatlılar, sofralar, aşçılardır. Bir coğrafi bölgenin ya da bir ulusun genel yemek kültürü üzerine yazılmış pek çok kaynak mevcuttur. Aynı örnek üzerinden gidilecek olursa “Fransız Mutfağı” anahtar kelimesiyle yapılacak bir literatür taramasında sayısız kaynakla karşılaşılacaktır (Grolier, 2005; Holland, 2016; Korkutata, 2013; Larousse Gastronomique). Bu örneklerde de genellikle Fransız mutfağının bir tarihçesi, genel özellikleri, öğünler ve alışkanlıklar, bölgelere göre farklılaşmalar ve yemek tarifleri verilmektedir.

Bu çalışma “mutfak” kavramını yazında nadiren ele alınan biçimiyle yani bir fiziksel mekan olarak ele almaktadır. Dar anlamıyla mutfakları, bir diğer deyişle yemek pişirilen yerleri incelemektedir. Ancak burada bir noktaya dikkat çekmek gerekmektedir: Dar anlam dendiğinde konunun da kapsam olarak dar olacağı düşünülmemelidir. Fiziksel mekân olarak mutfaklar ve tarihçesi, geçirdiği dönüşümler, fiziksel donanımları, sınıflar arası farklılaşma göstergesi olması, bir güç alanı olarak sembolik bir yeri ifade etmesi, fiziksel tasarımı, kullanılan ekipmanlar gibi unsurlar düşünüldüğünde oldukça geniş bir araştırma konusudur. Farklı coğrafyalara ve farklı uluslara ait farklı ve çok çeşitli mutfak yapıları (Ortadoğu, Avrupa, Afrika, Çin, Türk vb.) ele alındığında ise konu başlı başına farklı bir araştırma alanıdır. Bir diğer deyişle, yazında yemek ve mutfak tarihi üzerine sayısız araştırma bulunmaktadır (Akbaba ve Çetinkaya, 2018; Bober, 2014; Civitello, 2008; Crowther, 2013; Delemen, 2003; Freedman, 2008; Goody, 2013; Grieco, 2009; Gürsoy, 2013; Gürsoy, 2014; Işın, 2018; Kiple, 2010; Kiple ve Ornelas, 1999; Montanari, 1995; Toussaint-Samat, 1992; Soyer, 1977; Standage, 2016). Ancak mutfakları fiziksel bir mekan olarak tek başına ele alan çalışmalara görece nadiren rastlanmaktadır (Bendiner, 2004; İren Boynudelik ve Önel Kurt; 2018; Malaguzzi, 2008; Tez, 2012).

Belirtilen nedenler dolayısıyla bu çalışma, araştırmacılar tarafından oldukça ihmal edilmiş bir alanı aydınlatmak amacıyla mutfakların fiziksel bir mekan olarak geçirdikleri değişimleri takip etmiştir. Bunu yaparken birincil amacı mutfaklar olan (İren Boynudelik ve Önel Kurt; 2018; Malaguzzi, 2008) ve birincil amacı mutfaklar olmayıp da mutfakların fiziksel yapılarıyla ilgili satır aralarında bilgiler veren (Akdeniz Ay, 2017; Barnes ve Rose, 2002; Bendiner, 2004; Freedman, 2008; Grieco, 2009; Riley, 2015; Sullivan, 1999) kaynaklardan faydalanılmıştır. Bahsedilen kaynakları yeterli bulmayan bu çalışma, konunun daha sistematik ve bilimsel açıdan ele alınabilmesi için resim sanatına başvurmuştur. Yaratıldığı döneme tanıklık eden resim örnekleri amacıyla, konuya yeni ve farklı bir bakış açısı getirilmiş, analiz boyutu çeşitlendirilmiş ve belki de en önemlisi metin aralarında okuduğumuz mutfaklara dair daha somut ve daha derinlemesine tespitler yapılmıştır. Farklı bir disiplinden destek alan bu çalışma böylelikle akademik yeterliliğini artırmayı hedeflemiştir. Bu kapsamda çalışma toplam 12 resim sanatı örneğine yer vermiştir. Çalışmada ele alınan resimler seçilirken eserlerin dönemine ve bölgesine sadık kalmasına, tarihsel gerçeklikleri temsil edebilmesine ve mutfaklar üzerine mevcut yazını çeşitlendirebilme ve zenginleştirebilme potansiyeline dikkat edilmiştir.

Bahsedilen geniş araştırma çerçevesini buraya not düşen bu çalışma, zaman kısıtı dolayısıyla inceleme alanını daraltmayı uygun görmüştür. Bunun nedeni de mutfakları doğrudan ya da dolaylı olarak tasvir eden resim sanatı örneklerine özellikle 16.yüzyıldan sonra daha sık rastlanmasıdır. Özellikle Rönesans döneminde sanatın din etkisinden uzaklaşmasıyla başlayan zaman diliminde, gündelik hayata dair resimler yapılmaya başlanmıştır (Akdeniz, 2018; Buchholz ve diğ, 2012; Farthing, 2014; Grombich, 2013). Böylelikle mutfaklar resim sanatında görece daha çok yer bulmaya başlamıştır. Yapıldığı dönemin mutfaklarına (konumu, kapladığı alan, tasarımı, kullanılan ekipmanlar, mutfakta çalışanlar vb.) tanıklık eden bu resim sanatı örnekleriyle mutfaklar fiziksel bir mekan olarak mercek altına alınmıştır. Çalışma öncelikle mutfağın kısa bir tarihini vermiş, resim sanatında gördüğümüz mutfak temsilleri üzerine bilgiler toplamış, inceleme alanı olarak benimsediği dönemin yapısı hakkında bilgi vermiş ve daha sonra da resim sanatı aracılığıyla mutfakları detaylarıyla incelemiştir.

1.MUTFAĞIN KISA TARİHİ

Daha önce de belirtildiği gibi ‘mutfak’ dendiği zaman akla gelen ilk şeylerin genellikle bölgeye, topluluğa veya döneme özgü yeme içme öğeleri olması bu kelimenin kullanım alanının genişlemesinden kaynaklanır. Örneğin Ortaçağ İtalyan Mutfağını ele alan bir çalışmanın Ortaçağ İtalyası’nda yaşayan insanların (zengin veya fakir) hangi yiyeceklerle beslendiklerini, yiyecekleri nasıl hazırladıklarını, gıdayı hangi miktarlarda ve nasıl tükettiklerini incelemesi beklenir. O dönemde ve coğrafyada bir eve, hana, tavernaya ya da saraya ait bir

mutfağın fiziksel tasarımı, mutfağın evin içindeki konumu, mutfakta kullanılan ekipmanlar, çalışanlar gibi unsurlar nadiren ele alınır. Ancak mutfakların fiziksel bir mekan olarak yazında ele alınmayışı mutfaklara önem verilmediği anlamına gelmez. Aksine insanın ateşi bulmasıyla ve gıdaları pişirmeye başlamasıyla insan ilk ilkel mutfakları oluşturmaya başlamış ve yaşamını ateşin etrafında şekillendirmeye başlamıştır. Ateşi henüz kontrol altına alamamış avcı durumundaki insansı atalarımızın bile yakaladıkları avlara ait beyin, dil ve diğer iç organları parçalamak ve paylaşmak amacıyla avlarını kasaplık işlerine ayırdıkları özel noktalara taşıdıkları bilinmektedir (Picq ve diğ., 2016:38).

İnsanoğlu ateşi keşfedip kontrol altına aldıktan sonra onu yemek pişirmede, ısınmada, çanak-çömlek yapımında, damıtma işlemlerinde, metalleri eritmede kullanmıştır. Şekillendirdiği toprağı pişirerek çanak-çömlek yapmaya başlayan insanoğlu giderek ilerlettiği yapım teknolojisi sayesinde farklı şekil ve ebatlarda, farklı kullanımlara imkan sağlayan mutfak gereçleri yapmaya başlamıştır. Öncelikle toprağı kullanarak başladığı bu yolda daha sonra metalleri eritmeye başlamış böylelikle daha dayanıklı pişirme ve muhafaza ekipmanları tasarlamıştır (Tez, 2012:107).

Avrupa mutfaklarında yemek pişirmenin gelişim çizgisinde önceleri açık ocak ve şöminelerin bulunduğu bölümler görülür. Daha sonra odun sobasını görülmeye başlanan yemek pişirme alanlarında kuzineler ortaya çıkar. Sanayi devrimiyle birlikte gelen ileri teknolojiler ile birlikte gazla ve elektrikle çalışan ocaklar mutfaklar kullanılmaya başlamıştır (Tez, 2012:107-108).

Evdeki yaşam alanından uzaklaşmamak kaydıyla yemek pişirmek için ayrı bir bölümün yapılandırıldığı mutfak benzeri yerlere ilk olarak Ürdün Vadisi'ndeki Eriha (M.Ö. 7.700) ve Türkiye'deki Çatalhöyük (M.Ö. 7.000) Neolitik yerleşim alanlarında rastlanmıştır. Bu dönemde pişirmek amacıyla henüz ateşe çok dayanıklı olmayan çömlek kaplar, deri tulumlar ve içi boşaltılmış su kabakları kullanılır. Yiyecekler genellikle doğrudan çıplak ateş üzerinde (örn. etler) ve sıcak taşların üzerinde (örn. ekme) pişirilir. İlerleyen yıllarda Mezopotamya'da evden ayrı bir bölümde, yerden biraz yüksekte kerpiçten yapılmış ocaklar görülür. Bu pişirme ekipmanı günümüzde pek çok ülkede farklı isimlerle ve ülkemizde de "tandır" ismiyle halen kullanılmaktadır (Tez, 2012:108).

Mutfak yapıları ve araç gereçlerinin 21.yy mutfak kültürüne etkilerini inceleyen bir çalışmanın (Aksoy ve Çetin, 2018) oldukça ilgi çekici bulgularına göre bugün Çatalhöyük bölgesi sakinlerine ait mutfaklarının halen Neolitik dönemde yaşamış atalarının mutfak kültürüne dair izler taşıdığı görülmüştür. Zaman içinde değişikliklere uğramış olsa da Neolitik Çatalhöyük'te ortaya çıkarılan alçak tabanlı fırınların biçimsel olarak aynı kaldığı ve yapımında materyal olarak hala balçık kullanıldığı görülmektedir. Aynı şekilde 'tandır'ın da halen yöre halkı için günlük yaşamın önemli bir parçası olduğu saptanmıştır. Çatalhöyük halkının tarıma geçmesiyle birlikte yiyeceklerini saklamak ve depolamak amacıyla ev düzenlerine ekledikleri kilerler de benzer kullanım amacıyla 'bitek' adı altında varlığını sürdürmektedir. Tüm bu bilgiler günümüz mutfak yapısının ve kültürünün anlaşılmasında tarihe başvurmanın önemini ortaya koymakta ve fiziksel bir mekan olarak mutfakların tarihsel süreçteki izini sürmeyi amaçlayan bu çalışmanın gerekliliğine örnek teşkil etmektedir.

Antik Yunan dönemine gelindiğinde evlerin ayrı bir mutfağı olmadığı görülür. Bu dönemde yemek hazırlamanın kutsal unsurları olduğu düşünülür ve bu nedenle yemek hazırlıkları ortak açık alanlarda yapılırdı (Malaguzzi, 2008:73). Varlıklı kesime ait ayrı mutfakların ortaya çıkması da bu döneme rastlar. Antik Yunan'da varlıklı kesimin mutfağı, genellikle ortak avluda kurulan açık hava mutfağından farklı olarak evin içindedir. Eski Roma'da da Antik Yunan'da olduğu gibi alt sınıfların evinde mutfak bulunmaz. Romalılar genellikle yemek hazırlamak ve pişirmek için merkezi ortak mutfak ve fırınları kullanırdı (Tez, 2012). M.S. 3.yy'dan itibaren Roma mutfaklarında modern mutfaklarınkine benzer ekipmanlar kullanılırdı (Malaguzzi, 2012:73).

Ortaçağ Avrupa'sında mutfak ortak yaşam alanında bulunurdu. Şöminenin bulunmasıyla ocağın yeri, evin ortasından duvar kenarlarına taşındı. Aynı zamanda evi ısıtma görevi gören mutfaklar, bu işlevini yavaş yavaş yitirdi. Açık ateşin yerini duvarları çini kaplı ocaklar almaya başladı. Çömleklerin yerini demir, tunç veya bakırdan yapılmış kazanlar aldı. Bu kazanlar ya kendinden üçayaklı olur ve yerde durur ya da bir zincirle asılarak ateşin üstünde havada dururdu (Tez, 2012:108-115).

Ortaçağ sonlarının Avrupa'sında en yaygın kullanılan pişirme yöntemleri haşlamak, fırında pişirmek, kavurmak, kızartmak ve ızgarada pişirmektir. Haşlama işlemi bir ateşin üzerine asılan bir tencerede yapılırdı. Söz konusu yemek varlıklı bir ailenin konağında yapılıyorsa bu işlem büyük kazanlarda yapılırdı. Fırında pişirme, kavurma ve kızartma işlemleri haşlamaya göre daha büyük uğraş gerektirirdi. Büyük konakların hepsinde fırın yoktu ve bazen yemekleri başka fırınlarda para ile pişirtmek gerekirdi. Kavurma yöntemi ise başlı başına bir statü göstergesiydi. Bu işlem için bol miktarda kaliteli ete ve bol yağa (tavalardan damlarken toplanan ya da kazanlardan sıyrılan yağlar da dâhil olmak üzere bol içyağına) gereksinim duyulurdu. Bu yağlar

oldukça pahalı olduğundan kavurma yeme ayrıcalığı genellikle üst mertebedeki kişiler ile sınırlıydı (Woolgar, 2008).

Ortaçağ Avrupa'sında mutfaklar yangın riskini en aza indirmek amacıyla genellikle ayrı bir binada bulunurdu. Yangın riskinden dolayı fırınlar, bira imalathaneleri, kümes hayvanlarının yolunduğu haşlama daireleri ve bulaşıkhaneler de ana binalardan ayrıydı. Ekmek, süt ürünleri ve sofraya gereçlerini koymak için kilerlere gerek vardı. Et ve balıkların tutulduğu kilerde ayrıca kuru ürünler saklanır ve yaş ürünler işlenirdi. Gıdaların en taze halleriyle yenilmesini sağlamak için, hayvanlar ve balıklar olabildiğince uzun süre canlı tutulurdu (Woolgar, 2008; 184). Gıdaları soğuk ve taze tutmada yaşanan zorluklar yüzünden başvurulan bu uygulama canlı av hayvanlarının ve balıkların mutfaklarda sıklıkla görülmesinin (örn. Resim 5) nedenini açıklar niteliktedir.

14. ve 15. yüzyıllarda Avrupa'da barut, pusula ve matbaanın icadıyla birlikte Amerika, Afrika ve Asya'da pek çok yeni bölge keşfedildi. Bu yüzyıllarda Protestan ve Katolik kiliseleri arasındaki din savaşları dolayısıyla devletlerin ve ideolojilerin rekabeti başladı. Tüm bu gelişmeler modern çağ Avrupa'sının yemek kültürünü de değiştirdi. Matbaa sayesinde yemek kitapları, beslenme kılavuzları ve hatta gastronomi felsefesiyle ilgili kitaplar basıldı. Pusula ve barutun icadıyla kolaylaşan deniz aşırı yolculuklar sonucunda Avrupalılar keşfettikleri yeni dünyalardan getirdikleri pek çok yeni gıdayla tanıştı. Öte yandan imparatorluklar içinde güçlenmeye başlayan ulus-devlet kavramı, ulusal mutfaklar aracılığıyla ulusal bir kimlik inşasına ön ayak oldu. Ancak ulusal mutfağın devamlılığını sağlamak oldukça zordu çünkü mutfak kültürü devrimsel değişimler karşısında sürekli parçalanıyordu. Bir yanda Avrupalı elitlerin paylaştığı yeni ve kozmopolit zevkler, diğer yanda rakip ülke mutfakları karşısında vurgulanmaya çalışılan farklılıklar ve üstünlükler, karmaşık, bölünmüş ve hatta sıkışmış bir mutfak kültürüne geçişe sebep oluyordu. Hümanizmin rafine düşünsel kültürüyle birlikte klasik antik çağın mutfak ve beslenme mirasını sürdürmeye ve canlandırmaya çalışan mutfak, yeni gıdaların ve yeni pişirme tekniklerinin modern etkisine maruz kalıyordu. (Cowan, 2008).

Rönesans döneminin hümanist yazarları antik çağın mutfağını belgeleme ve koruma çabasına yönelmişti. Yaptıkları çalışmalarda hangi gıdaların yenilmesi ya da yenilmemesi, nasıl yenilmesi, ne kadar sıklıkla ve hangi bileşimlerle (sos, baharat vb.) yenilmesi gerektiğini tartışmaya açmışlardı. Her ne kadar bu çalışmaların yeni bir mutfağı şekillendireceği düşünülse de, yaptıkları tartışmalar öylesine muhafazakârlık taşımaktaydı ki, antik çağın klasik zevklerinin canlanmasına çok az katkıda bulundu. Mutfaklardaki gözle görülür değişim aslında ilk modern yemek kitaplarının basılmasıyla başladı. 15. yy'da Como'lu Usta Martino'nun yazdığı '*Libro de arte coquinara (Aşçılık Sanatı Kitabı)*' adlı kitap saray aşçıları için pratik bir kılavuzun ötesine geçememiş olsa da, kendisinden sonra yazılacak kitaplara öncülük etti. 'Platina' takma adını kullanan ve Papa IV. Sixtus'un Vatikan Kütüphanesi Müdürlüğüne atadığı Bartolomeo Sacchi (1421-81), kaleme aldığı '*De honesta voluptate et valetudine (Doğru Zevk ve İyi Sağlık Üzerine)*' adlı kitabında hem antik çağ otoritelerinin (Apicius, Plinius Galenos vb.) sağlık ve yemek felsefesine hem de Martino'nun tariflerine yer verdi. İlk modern yemek kitabı olarak kabul edilen bu eser büyük bir ilgi gördü ve 19.yy'a kadar yaygın olarak kullanıldı. Platina'nın kitabını modern yapan şey ise sağlıklı beslenmeyi gastronomiyle yani zevk için yeme sanatıyla dengelemeye çalışmasıydı. Platina'nın kitabı bir yandan sağlıklı beslenmeyi gözetirken diğer yandan da ince bir gastronomi zevkini yüceltiyordu (Cowan, 2008:199).

1570 yılında Papa V. Pius'nin aşçısı Bartolomeo Scappi'nin 1570 yılında yayınladığı eseri '*Opera dell'arte del cucinare*'da 1.000'den fazla Rönesans yemeğinin tarifine yer verilmişti. Bu kitabın mutfak tarihi ve bu çalışma açısından önemi ise kitabın yemek yapım tekniklerine, mutfakta kullanılan araç-gereçlere ve mutfak tasarımına dair zengin görsellere sahip olmasıydı (örn. Resim 1). Alttaki örnekte verilen ana mutfak çizimi bu çalışmada ele alınan mutfak sahnelerine kılavuzluk etmektedir. Opera'da betimlenen ana mutfağa benzer bir şekilde, duvara bitişik bir ocak üzerinde zincirle asılmış kazanlar, ateşin üzerinde kızartılmak üzere şişe geçirilmiş etler, tavandan sallanan kancalara takılı taze etler veya balıklar, ortadaki ahşap çalışma tezgahları bu çalışmada ele alınan resim sanatı örneklerinde sıkça görülmektedir.



Resim 1: Bartolomeo Scappi'nin 'Opera' adlı eserinden "ana mutfak" çizimi ve kullanılan bazı ekipmanlara dair çizimler, 1570

Görüldüğü üzere Rönesans döneminde varlıklı sınıfların mutfakları genişledi. Merkezinde büyük bir şöminenin ya da birkaç küçük şöminenin olduğu geniş mutfaklar görülmeye başlandı. Şöminelerde, yakılacak oduna desteklik yapan demir ayaklıklar, ızgara, kazanlar ve onları kaldırmaya yarayan zincir askılar bulunurdu. Yaklaşık olarak 17.yy ikinci yarısında döküm sobanın ve ocakların yaygın kullanılmaya başlanmasıyla tencere ve kazanlar bu ocaklar üzerine ve asılarak içine yerleştirilmeye başlandı. Kutlama yemeklerinde ve ziyafetlerde bu ekipmanlarla yapılan hazırlık davet sahibinin gösteriş yapmasına yardımcı oluyor, mutfaklara heyecan verici ve debdebeli bir görüntü veriyordu (Tez, 2012:108-115; Malaguzzi, 2012: 73). Bu dönemde mutfaklar, adeta bir siyacı laboratuvarı gibi davet sahibinin ve konukların gözlerinden uzaktı. Tam da bu dönemde resmi olan ile olmayan (gayri resmi) ve kamusal olan ve olmayan (özel) alanlar arasındaki ayrım gittikçe keskinleşmekteydi. Ve usta aşçıların gastronomi harikaları, sosyal alanların arkasında, gözlerden uzak mutfaklarda şekilleniyordu. Dönemin gayri resmi alanlarını ve gündelik hayat sahnelerini resmetmek isteyen bir sanatçı için mutfaklar oldukça elverişli mekanlardı. (Malaguzzi, 2012: 73).

Takip eden yıllarda Avrupa'da mutfakların yapısını etkileyen önemli olaylar gelişti. Keşfedilen yeni rotalar ve bu rotalarda kurulan köleci düzen Avrupa'nın yemek alışkanlıklarının değişmesinde neden oldu. Barok ve aydınlanma çağını yaşayan Avrupa'da, bir yandan yeni icatlar yapılıyor bir yandan da yenedünyaların yeni gıdaları olan çikolata, kahve, çay ve şeker ile tanışılıyordu. Özellikle kolonilerde kurulan şeker plantasyonları sayesinde şekerin üretim kapasitesi ve Avrupa'da 'tatlı' olarak kabul edilen yemeklerde şeker kullanımı arttı. Şekerin Avrupa'da gördüğü büyük rağbetle birlikte şekerlemeye dayanan yeni bir mutfak ve yemek sanatı doğdu (Cowan, 2008).

Avrupa elit mutfağına ve mutfak tasarımına yön veren bir başka devrim ise XIV. Louis döneminde gerçekleşti. Bu devrimin ilk belirtisi 'La Varenne' takma adıyla bilinen François Pierre (yakl. 1618-78)'in Le Cuisinier François adlı kitabını 1651 yılında yayınlamasıyla baş gösterdi. Platina'nın kitabının ve onu izleyen pek çok eserin aksine La Varenne'in kitabı, beslenme yoluyla sağlığı iyileştirme amacı gütmüyordu. Bu eser çok ayrıntılı olarak yemek hazırlama ve pişirmeye öncelik veriyor, mutfağın sağlık ve tıp alanı ile ilişkisinden kopuyor ve modern Avrupa gastronomisinin yolunu açıyordu. Kitapta tarif edilen soslar, tereyağ ve kremanın yoğun kullanımı Fransız mutfağının yeniden şekillendiriyordu. Kitapta Fransızca orijinalleriyle kullanılan ifadeler standart aşçılık terimleri haline geliyor ve bu yeni gastronomi dili nüktedan edebi çevrelerde yeni elit aşçılık tarzını oldukça süslü ve kibirli gösteriyordu (örn. Resim 12) (Cowan, 2008).

Gittikçe zenginleşen burjuva sınıfının sahip olduğu bolluğu resmetmek için mutfaklar ve yemek hazırlığı yapılan yerler ressamalara büyük fırsatlar sunuyordu. Eserin siparişini veren sanat patronlarını memnun etmek isteyen ressamlar zenginliğin ve bolluğun dolup taşıdığı mutfakları yansıtabilmek için pek çok yöntem kullandılar. Bu sayede yemek alanından ayrılmış geniş ve aydınlık mutfaklar 18. ve 19. yy'da görülmeye başlandı. İri yarı, kaslı kollu, al yanaklı, yorgun ama gururlu mutfak çalışanlarının yerini daha ince yapılı figürler aldı. Aşçıbaşlarının yaptığı işler takdir gören bir meslek olarak öne çıktı. Mutfaklar daha düzenli hale geldi. Ekipmanlar çalışanların daha kolay ulaşabileceği raflara dizilmeye ve asılmaya başlandı. Bu sayede güç gerektiren ağır işler azaldı. Ateş artık daha da kolay kontrol edilebiliyordu. Şöminelerde görülen açık ateş bir kuzinenin içine hapsedildi ve mutfak kaplarının ve kişilerin doğrudan ateş ile teması azaldı. Bu da mutfakta daha az yorulan hatta güzel vakit geçiren figürleri mutfakta görmemizi sağladı. Önceki döneme ait resimlerde adeta güreşircesine hummalı bir şekilde çalışan mutfak çalışanlarının yerini birasını yudumlayan, dikiş diken, gülümseyen kadın figürler ve oyun oynayan çocuklar aldı.

2.RESİM SANATINDA MUTFAKLAR

Yiyecek ve içeceklerin yer aldığı görsel eserler çok eskilere tarihlenir. Av olma korkusunu mağara duvarlara yansıtan Taş Çağı insanı belki de ilk yiyecek resmini yaratmıştır. Tabii burada yiyen ve yenilen (avlayan ve avlanan) tarafların sürekli değiştiğini belirtmekte fayda var. Yerleşik yaşama geçişle birlikte tarım faaliyetlerine ağırlık veren ilk medeniyetler, tükettikleri veya kendileri için sembolik anlama sahip olan yiyecek ve içecekleri resmetmeye devam etmişlerdir. Çatalhöyük'teki kazılarda evlerin duvarlarında bulunan ayrıntılı avlanma sahneleri, Antik Mısırlıların piramitlerin iç duvarlarında şarap ve ekmek yapımını gösteren resimli betimlemeler, Antik Yunan'da yer mozaiklerinde, mermer kabartmalarda, heykelerde gördüğümüz yiyecek öğeleri, Pompeii ve Herculaneum'da bulunan duvar natüromortları bu yiyecek-içecek öğelerine ait resim örnekleridir. Bunlar bazen din adına yapılmış bazen de din dışı bağlamda ele alınmışlardır. Hıristiyanlıktan beslenen Ortaçağ resim sanatında yiyecek-içecek öğelerini ancak kutsal mesellerde geçiyorsa görebiliriz. Örneğin Hz. İsa'nın suyu şaraba dönüştürmesi, beş ekmek ve iki balık mucizesi gibi kutsal sahneler betimlenirken bu yiyecek öğeleri resmedilmiştir. Özellikle Son Akşam Yemeği, Emmaus'da Yemek, Belşazzar'ın Şöleni gibi kutsal kitap metinleri betimlenirken yemek masaları da resmedilmeye başlanmıştır. Kutsal kitapta geçen "İsa'nın Martha ve Meryem'in Evinde" öyküsü ise yiyeceklerle birlikte bir mutfakın da resmedilmesini sağlamıştır. 15.yy'da başlayan Rönesans ve beraberinde gelen Hümanizm akımıyla birlikte ilgi alanını doğa ve insan olarak değiştiren sanat dünyası, yüzünü Antik dönemin mitolojik konularına dönmüş ve mitlerde geçen yiyeceklere, şölenlere ve zengin sofralara resimlerinde yer vermeye başlamıştır. Özellikle 16.yy'ın sonlarından itibaren ölüdoğa resimlerinde görülmeye başlanan yiyecek-içecek öğeleri, Hollanda sanatının konusunu günlük yaşamdan alan resimlerinde daha yaygın bir şekilde yer almaya başlamıştır. "Janr", "tür" ya da "genre" olarak da adlandırılan bu sanatta sıradan insanların günlük yaşamları, öğünleri, yemek hazırlıkları, mutfaklar, sofraya eğlenceleri ve sofraya gelenekleri gibi sıradan konular sıklıkla yer bulmuştur (Akdeniz, 2017; Farthing, 2014; Grombich, 2013; İren Boynudelik ve Önel Kurt, 2018:59).

3.RESİM SANATINDA YEMEK HAZIRLIKLARI VE MUTFAK SAHNELERİNDEN ÖRNEKLER

Aristokratik mutfakların genellikle erkekler tarafından yönetildiği 16.yy'ın sonlarına doğru, Hollanda resim sanatında güçlü ve heybetli kadınlar mutfak sahnelerinde sıklıkla karşımıza çıkarlar. Pieter Aertsen tarafından ele alınan "Aşçı" (Resim 2) isimli tabloda açık alanda çıplak bir ateş yerine bir Yüksek Rönesans mimarisini yansıtan bir şömine görürüz. Şöminenin klasik yapısına bakılırsa burası varlıklı bir ailenin mutfakıdır ve şöminenin önünde poz veren kadın da evin aşçısıdır. Bu kadın elinde demirden yapılmış ağır bir şişe bütün kümes hayvanlarını ve büyük bir parça kuzu bacağına dizer. Figürün duruşuna ve kaslı kollarına bakılırsa, taşıdığı şişin ağırlığı onun için hiçbir sorun teşkil etmemektedir. Onun gururlu duruşunda Ortaçağ'ın itaatkar ve teslimiyetçi kadın profilinden eser yoktur. Böylesine anıtsal duruşuyla o bir aşçıdan çok klasik dönemlerin bereket tanrıçasına benzetilir (Bendiner, 2004:77; Riley, 2015:272; Sullivan, 1999:236).



**Resim 2: Pieter Aertsen, Aşçı (The Cook), 1559,
Musées Royaux des Beaux-Arts, Brüksel.**

Joachim Beuckelaer'in Dört Unsur tablosunun son tablosu olan "Ateş"te (Resim 3) dikkatimizi çeken ilk unsur mutfağın arka planda gösterilen yaşam alanından ayrılmış bir mekan olmasıdır. Bu resimde ön plandaki geniş mutfakta ağır ve kol gücü gerektiren işlerle uğraşan iki kadın figür bulunur. Bu dönemde günümüzün mutfaklarına girmeyen bazı işlerin (örn. bir kümes hayvanının tüylerinin yolunması, başın gövdeden ayrılması, iç organların çıkarılması vb.) henüz mutfağın içinde yapıldığı görülmektedir. Bu sahne, arka plandaki ateşte pişirilmek üzere hazırlanan etlerin ve kümes hayvanlarının adeta natürmortudur. Bu dünyevi sahnenin arkasında merkezde ocağın yanında hummalı bir tüketim içinde iki kadın ve bir erkek figür bulunur. Yere saçılmış boş kaplar, tabaklar ve midye kabukları aşırı tüketim ve savurganlığın temsildir. Sahnenin en gerisinde sol arka köşede ise 'Martha ve Meryem'nin Evindeki İsa' betimlenmiştir. Kutsal sahne, Hz. İsa'nın Kudüs'e yolculuğu sırasında durakladığı iki kız kardeşin evindeki yemeği konu alır. İsa'yı ağırlamak için yoğun bir hazırlığa kendini kaptıran Martha'nın aksine Meryem, İsa ile sohbet etmeyi, onun öğretilerini dinlemeyi tercih eder. Martha bu meselde faal hayatı temsil ederken, Meryem de en doğru ve en güvenilir olan tefekkür hayatı temsil etmektedir. Ön planda Martha ve diğerlerinin yemek hazırlığını konu alan din dışı sahneden kapının arkasındaki dinsel sahneye doğru uzanan bu tabloda yine geçici zevklerden ve dünyevi işlerden Tanrı'ya ve onun öğretilerine doğru yönelim vurgulanmıştır (Akdeniz, 2017:94; Irmscher, 1986; Riley, 2015:274).



Resim 3: Joachim Bueckelaer, Dört Unsur: Ateş (The Four Elements: Fire), 1570, National Gallerv. Londra.

Bir mutfak içinde tasvir edilen resimlerin en önde gelenlerinden birkaçı şüphesiz ki Bassano ailesinin üyelerine aittir. Bassano ailesinin ressamı (Jacopo, Leandro ve Francesco) öncülleri ve çağdaşlarından farklı olarak mutfak sahnelerini oldukça ayrıntılı ele almıştır. Örneğin İtalyan resim sanatının büyük ustası Paolo Veronese, çok büyük ebatlarda şölen sahneleri ortaya koymuş olsa da, yemeğin yapımını ve sunumunu Bassano'larınkiler kadar detaylandırmamıştır. Ya da Papa Pius V'nin aşçıbaşısı Bartolomeo Scappi'nin 1570 yılında yayınladığı "Opera" adlı kitabındaki kırk kırk yaran binlerce yemek reçetesinde bile böylesine detaylar görülmez. Bu nedenle Bassano'ların mutfak üzerine verdiği ayrıntılar mutfak tarihi açısından çok önemlidir (Gürsoy, 2014:155; Riley, 2015: 295)

Kleopatra ve Antonius'un ziyafetini konu alan alttaki eserinde (Resim 4) Leandro Bassano, Scappi'nin gösterişli ve yüksek menülerinin hazırlanmasına ait detayları oldukça net ortaya koymuştur (Riley, 2015:296). Tablonun daha iyi anlaşılabilmesi için arka planda betimlenen efsaneye kısaca yer vermekte fayda var. Marcus Antonius, Mısır Kraliçesi Kleopatra onuruna eşi benzeri olmayan lüks içinde bir ziyafet vermiştir. En pahalı yemeklerin ardı arkası kesilmez. Ancak kraliçe bundan hiç etkilenmez. Gururlu davet sahibine, kendisinin o ana değin sunulan tüm yemeklerden çok daha pahalısını hazırlayabileceğini söyler. Sonra inci küpelerinden birini çıkarıp sirkenin içinde eritir ve bu karışımı içer (Akdeniz, 2017:225). İncinin de maliyet olarak hesaplanmasıyla birlikte Kleopatra'nın bu davet için çok daha bonkör olduğu ispatlanmış olur. Tarihin şüphesiz ki en çekişmeli yemek yarışlarından biri olan bu sahne Bassano'nun tablosunun arka planındaki masada gösterilmiştir. Kleopatra sağ elinin parmaklarıyla küpelerini çıkartırken görülür.

Ön planda görülen mutfak düzenine baktığımızda dönemiyle paralellik gösteren bir mutfak tasarımı görürüz. Burada şömine ressamın kadrasına girmemiştir. Ama şöminede pişirilecek kanatlıları şişe dizen kadına bakılırsa şömine çok yakınlarda bir yerde olmalıdır. Tabakların dizildiği üst raf izleyicinin dikkatini kolaylıkla çeker. Öndekilerin kenarlarında sırmalar çekilmiş çok sayıda ve farklı büyüklükte metal tabaklar raflara muntazam dizilmiştir. Leandro Bassano'nun tablosunda ön planda oturan ve elinde bıçakla küçük bir

kanatlıyı keserken görülen baş aşçı kafasındaki kırmızı başlığıyla kendisini kolayca ayırt etmemizi sağlar. Aşçıbaşının baktığı yönde satenden yapılmış ve sırtı yırtmaçlı kıyafetleriyle gösterişli bir uşak bulunur. Uşak elindeki işlemeli büyük servis tabağını aşçıbaşına doğru uzatarak servise uygunluğunu sormaktadır. Kırmızı püsküllü başlığı ve gösterişli kıyafetleriyle ayakta duran bir diğer garson ise masadaki yemek yığınının yeni bir tabak eklemek üzere görülmektedir (Riley, 2015: 296-97). Aşçıbaşının yanındaki alçak masada ise en son servis edilecek tatlılar ve şekerlemeler bulunmaktadır.



Resim 4: Leandro Bassano, Kleopatra ve Antonius'un Şöleni, yakl. 1610

Jacopo Bassano'nun "Martha ve Meryem'nin Evindeki İsa" adlı tablosunda (Resim 5) bir öncekine oldukça benzeyen bir mutfak görülmektedir. Daha önce Beuckelear'ın "Ateş" tablosunda ve mutfak temalı pek çok resimde işlenen bu kutsal meselin Jacopo Bassano tasvirinde İsa bir evin mutfağına giriş yaparken gösterilmiştir. Sol tarafta bir kemerden mutfağına giren İsa'nın sağında diz çökmüş Meryem, önünde ise onu içeriye buyur eden Martha bulunmaktadır. Bundan önce değindiğimiz Leandro Bassano tablosunda da gördüğümüz kırmızı başlıklı aşçı bir yandan elinde bıçağıyla salam dilimlemekte diğer yandan da solunda şömine ateşiyle ilgilenen kadın figürün ne yaptığına bakmaktadır. Aşçının çalıştığı masanın üzerinde İsa'nın kanını sembolize eden şarap ve üzüm ile bedenini sembolize eden ekmek (Resim 5b) bulunmaktadır. Aşçının arkasında gümüş servis tabakların dizildiği duvara asılı bir raf görülür. Aynı rafa iliştilmiş çengellere bakır tencereler ve tüyleri yolmuş kümes ya da av kuşları baş aşağı asılmıştır (Resim 5a).



Resim 5: Jacopo Bassano, Martha ve Meryem'in Evindeki İsa (Christ in the House of Martha and Mary), yakl. 1576-77, Museum of Fine Arts, Houston



Resim 5a ve 5b: Resim 5'ten ayrıntı

Hummalı yemek hazırlıklarının resmedildiği bir diğer eser ise Hollandalı ressam Joachim Wtewael'e aittir. Wtewael'in "Mutfak Sahnesi" (Resim 6) eserinde ön planda kargaşanın hakim olduğu bir mutfak ve arka sağ planda ise özel bir yeme alanında İncil'de bahsi geçen "Şölen Benzetmesi (The Parable of the Great Banquet – Luka, 14: 12-24)" tasvir edilir. Oldukça küçük bir kareyle resme dâhil edilen bu mesele göre, İsa davetli olduğu bir yemekte, büyük bir ziyafet hazırlatıp birçok konuk çağırmanın öyküsünü anlatır. Öyküdeki adam ziyafet saati geldiğinde, davetlilere her şeyin hazır olduğunu söylemesi için hizmetkârını gönderir. Ancak davetlilerin çeşitli mazeretlerle gelmeyeceğini öğrenip öfkelenen davet sahibi, bu kez hizmetkârından

sokaklardaki tüm yoksul ve kötürümleri çağırmasını ve daha önce davet edilip de gelmeyen hiçbir kişinin onun yemeğini asla yeme şansına sahip olmayacağını söyler (Bendiner, 2004:79; İren Boynudelik ve Önel Kurt, 2018:60; Malaguzzi, 2008: 158).

Wtewael'in "Mutfak Sahnesi"nde (Resim 6) İsa'nın anlattığı öyküde yer alan adamın verdiği davetin hazırlıkları görülür. Ön plandaki karmaşanın hâkim olduğu bu sahneler dikkatle incelendiğinde hazırlığın soldan sağa doğru bir sıra takip ettiği görülür. En solda iç organları ayırma, tüylerin yolunması, temizleme, parçalara ayırma gibi kaba ve zalim işlemleri uygulayan erkek bir figür bulunur. Burada yığınlar halinde yerlerde duran balıklar doğrudan kurtarıcı İsa'ya gönderme yapmaktadır. Raflara bacaklarından baş aşağı asılmış diğer av hayvanları da aristokratik ve varlıklı bir ortamı ve davet sahibine işaret eder. Ortadaki kadın figür ise yarı hazır hale getirilmiş parçaları bir şişe geçirir. Ziyafetlere teatral bir hava ve gösteriş kattığı için yiyeceklerin şişe geçirilmesi, resmin yapıldığı dönemlere ait zengin ziyafetlerin oldukça sık başvurduğu bir pişirme yöntemi idi. Şu ana kadar gördüğümüz tüm kadın figürlerde olduğu gibi burada da yapılı ve güçlü bir duruş göze çarpar. Mutfakta her türlü işi görebilen güçlü ve erkeksi kadınlardır bunlar. Daha arka planda başka bir kadın figür ise havanda bir şeyler öğütmektedir. Öğüttüğü şey muhtemelen zenginleşen Flaman ülkelerinde görülen baharatlardır. Resmin sağ planında ise büyük bir ateşin başında iki figür görülmektedir. Bunlar sanki kaçamak bir ilişkinin içinde gibi görünürler. Elindeki sepetten evin yiyecek tedarikçilerinden biri olduğu anlaşılan erkek figür, bir yandan sağ elinde şarap kadehi tutmakta, diğer yandan da kadın figüre daha çok yaklaşıma çalışmaktadır (İren Boynudelik ve Önel Kurt, 2018:60-61; Malaguzzi, 2008:158).



Resim 6: Joachim Anthonisz Wtewael, Mutfak Sahnesi, 1605, Staatliche Museen, Berlin

Benzer bir mutfak yapısı, Vincenzo Campi'nin "Mutfak Sahnesi" (Resim 7) adlı resminde bir evin mutfağında kendisini bir davet yemeğinin hazırlığına kaptırmış geniş bir ailenin üyeleri betimlenmiştir. Diğer örneklerde gördüğümüz gibi burada da bir şömine, faklı boyutlarda pek çok tabağın dizildiği büyük bir raf ve arka planda mutfaktan ayrı bir yemek alanı bulunmaktadır. Ortadaki tezgâhın üzerinde görülen yumurta, tereyağı, un ve hamur açmakla ilgilenen kadınlar sayesinde otlu turta (torta d'herbe) hazırlandığını anlayabiliyoruz (Resim 7a). Onların sağında arkası dönük kadın figür elindeki bıçak yardımıyla yarım daire şeklinde kapatılmış turtanın kenarlarını süslemektedir (Resim 7b). Resmin merkezinde doğrudan izleyiciye bakan kadın figür büyük bir peynir parçasını rendelerken görülür. Onun yanında oturan yaşlı kadın havanda

dövdüğü otların tadına bakmaktadır. Öndeki iri yarı kadın figür av kuşlarını pişirmek üzere ayıklarken onun arkasındaki genç oğlan sert bir ifade ile ayıklanmış hayvanları şişe geçirir.



Resim 7: Vincenzo Campi, Mutfak, 1590-91, Pinacoteca di Brera, Milano



Resim 7a: Resim 7'den ayrıntı



Resim 7b: Resim 7'den ayrıntı

Campi'nin resminde de Wtawael'in "Mutfak Sahnesi"nde olduğu gibi yemek hazırlıklarında soldan sağa bir sıralama söz konusudur. Sol üst köşede iki adam bir karkası parçalar. Ön planda hayvanın içinden çıkan işkembeyi üfleyen bir çocuk bulunur. İzleyiciye oldukça ilginç gelebilecek nitelikteki bu görüntü resim sanatında insanın hayatının metaforik bir ifadesi olarak yer bulur. Şöyle ki: M.Ö. 116 - M.Ö. 27 yılları arasında yaşamış olan Romalı akademisyen ve yazar Marcus Terentius Varro, insan yaşamını bir sabun köpüğüne benzetmiştir. Latince'de 'Homo Bulla' olarak kalıplaşmış bu ifade, sadece çok kısa bir an için gökkuşağının parlak renkleri ile ışıldayan ama en küçük bir esintide patlayıp yok olan sabun köpüğü ile insan hayatı arasında metaforik bir ilişki kurulmuştur. Homo bulla bu yönüyle, insan yaşamının tıpkı sabun köpüğü gibi gelip geçiciliğini ve maddi dünyaya ait parıltılı zevklerin bir gün son bulacağını ifade eden bir imgedir. Hollanda resim sanatında ve 'vanitas' resim türünde kutsallık ve manevi dünya karşıtlığını vermek için özellikle çocuklar tarafından şişirilen bir öge (bazen işkembe bazen de sabun) olarak karşımıza çıkar.

Oldukça iri ve sıhhatli görünen kadın figürlerin sayıca baskın olduğu bu mutfak sahnesinin geri planında bir figürün hazırladığı bir yemek masası bulunur. Bu ailede herkes çalışmakta ve hane halkı üretimine katkıda bulunmaktadır.

Bu eserin resmedildiği tarihlerde mutfak sahnelerinin betimlendiği bu tür resimler adeta bir yemek kitabı işlevi görüyordu. Çünkü halk gıdaların nasıl hazırlanıp pişirilmesi gerektiği konusunda pek fazla bilgiye sahip değildi. Bu da ekonomi için büyük bir israf demektir ve ciddi bir sorun teşkil ediyordu. Bu tür resimler tam bu noktada devreye giriyor ve yemek yapımına dair sundukları görsel bilgi aracılığıyla bu önemli ekonomik sorunun giderilmesinde rol oynuyordu. Pek çok mutfak ekipmanının işlevinin kolayca anlaşılmasını sağlayan böylesine hareketli sahneler, mutfaktaki süreçler ve roller hakkında çok daha açıklayıcı bir işlev görüyor ve bahsedilen ekonomik sorunun giderilmesinde önemli rol oynuyordu. Daha önce bahsedilen Papa Pius V'nin aşçısı Bartolomeo Scappi'nin 1570 yılında yayınlanan eseri Opera'da mutfaklar, ekipmanlar ve yapılan işler üzerine pek çok çizim bulunuyordu (Örn. Resim 1). Ancak bu çizimler oldukça statikti ve tasvir edilen unsurların ne işe yaradığını ve hangi amaçla kullanıldığını anlayabilmek için derinlemesine düşünmek ve zihinde kurgulamak gerekiyordu. Ancak resim sanatında mutfak öğeleri figürler tarafından kullanılırken betimlenmiş ve ne amaçla kullanıldığı çok daha kolay anlaşılmasına başlanmıştı (Akdeniz, 2017: 60; Riley, 2015:279).

Mutfakların tarihinden bahsederken 16.yy'dan sonra keskinleşen resmi olan ile olmayan (gayri resmi) ve



Resim 8: David Teniers the Elder, Mutfak (The Rich Kitchen), 1644, Mauritshuis, Hague.

kamusal olan ve olmayan (özel) alanlar arasındaki ayrımın mutfaklara da yansıdığını belirtmiştik. Genç David Tenier's resminde (Resim 8) bu ayrım oldukça belirgin görülmektedir. Yemek hazırlıklarının yapıldığı mutfakların yemek yeme alanı ile hiçbir bağlantısı kalmamış, mutfaklar resmi alanların tamamıyla dışında bırakılmışlardır. Sonuç olarak da Teniers'in mutfağında olduğu gibi geniş, ferah ve yapılandırılmış mutfaklar ortaya çıkmıştır (Malaguzzi, 2008:74). Teniers'in mutfağı daha önce gördüğümüz mutfak resimlerinden daha dingin bir atmosfere sahiptir. Kaslı kolları ile büyük et parçalarıyla uğraşan gürbüz kadınların yerini sandalyesinde oturarak sakinçe meyve soyan bir kadın figür almıştır. Bu kadın figür Teniers'in karısı Anna Bruegel, yanındaki de oğlu David'dir (İren Boynudelik ve Önel Kurt, 2018:69). Teniers'in mutfağında sağ

arka plandaki büyük şöminede şişlere geçirilmiş etler pişirilir. Ateşteki et miktarı, ön planda yerlere taşan taze yiyeceklere, asılı kümes hayvanlarına, balıklara, meyvelere, tüketilmek üzere soğutulan içeceklere, üzerinde büyük bir kuğu süslemesi olan tarta bakılırsa bu oldukça büyük ve gösterişli bir davet olmalıdır.

18.yy'a gelindiğinde mutfaklar eziyet çekilen yerler olmaktan oldukça uzaklaşmışlardır. Horemans'ın eserinde (Resim 9) betimlediği kadın aşçı, ağır işlerle adeta güreşen öncüllerinden çok uzak bir görünüm sergilemektedir. Yakasındaki dekoratif çiçeği ve yudumladığı birasıyla halinden oldukça memnun görünen bu kadın figür izleyiciye gülümseyerek bakmaktadır. Bu resimde daha önceden mutfağa egemen olan gürbüz kadınlardan eser yoktur. Mutfak daha rahat bir çalışma alanı haline gelmiştir. Yeni ekipmanlar sayesinde aşçının daha güçlü olmasına gerek kalmamıştır. Ateşin üzerine konan demir ayaklar sayesinde pişirme kapları güvenli bir şekilde ateşin üzerinde durmaktadır. Mutfaktaki her gereç çalışanlar tarafından yönetilebilmektedir ve bunu yapmak yorucu olmaktan uzaklaşmıştır. Horemans'ın mutfağı ekipmanlara kolayca ulaşılabilen, ateşin kontrol altına alındığı ve oldukça düzenli bir mutfaktır. Çalışanlar ağır bir iş yükünü zorlu koşullarda tamamlamaz, aksine işler oturularak hatta bir içki yudumlayarak görülür. Horemans'ın mutfağında görülen dinginlik ön plandaki köpeğe bile sirayet etmiştir. Daha önceki mutfak sahnelerinin aksine burada betimlenen köpek bir et parçası için kedilerle kavgaya tutuşmaz. Gözü karşısındaki ölü tavukta olmakla beraber, onu çalmak için hamlede bulunmaz. Aksine sakince kıvrılıp izler (Bendiner, 2004:84).



Resim 9: Pieter Jacob Horemans, The Servant, 1765, Staatsgemaldegammlungen, Munich



Resim 10: John Atkinson, Mutfak Sahnesi, 1771, Yale Center for British Art, New Heaven

Yine 18.yy'a ait bir mutfağın betimlendiği Atkinson'un eserinde (Resim 10) de son derece düzenli ve temiz bir mutfak görürüz. Basit bir günlük hayat resmi olan bu eserde, şık ve temiz giyimli bir aşçı elindeki sipariş listesiyle muhtemelen ısmarladıklarının gelip gelmediğini kontrol ederken betimlenmiştir. Bu mutfakta karmaşanın yerini huzur, gürültünün yerini de sessizlik almıştır (İren Boynudelik ve Önel Kurt, 2018:74).

Fransız ressam Martin Drölling'in 19.yy'ın erken dönemlerinde tasvir ettiği mutfak (Resim 11) farklı şekillerde ve ebatlarda pek çok objenin düzensiz bir şekilde bulunduğu bir mutfak örneğidir. İlk bakışta oldukça düzensiz görünen mutfak, içerisinde bulunan dekoratif kır çiçekleri, yerde oyun oynayan küçük çocuk ve gülümseyerek işlerini yapan kadınlarla sıcak ve sevimli bir ortama dönüşmüştür (Bendiner, 2004:85).



Resim 11: Martin Drölling, Interior of a Kitchen, 1815, Musee du Louvre, Paris.

19.yy'ın sonlarına gelindiğinde mutfaklar artık gurme zevklerin ortaya çıkarıldığı bir zanaat alanı haline gelmiştir. 16. ve 17.yy'daki örnekleriyle kıyaslandığında mutfakların görüntüsü oldukça değişmiştir (Resim 12). Mutfaklar artık bir mezara benzemez. Etlere parçalanması, tüylerin yolunması veya bütün et parçalarının şişe geçirilmesi gibi kanlı ve kaba işler mutfağın dışına çıkmıştır. Ateş daha da kontrol altına alınmış, kuzineli ocaklar kullanılmaya başlanmıştır. Yapılan işler, giyilen giysiler görece daha zarif ve ince hale gelmiştir. Kaslı ve iri bir vücut gerektiren ağır işler azalmış, daha narin vücutlu, şık ve temiz giyimli aşçılar görülmeye başlanmıştır. Mutfaklarda görülen işler daha artistik bir görünüme bürünmüştür. Yemek pişirmek ve mutfakta çalışmak alt sınıfa özgü bir faaliyet olmaktan çıkmış, Vibert'in tablosunda da görüldüğü gibi mutfaklar Katolik bir din adamının bile gurme zevkler uğruna önlük giydiği daha elit mekanlar haline gelmiştir.



Resim 12: Jehan Georges Vibert, The Marvellous Sauce, yakl.1890, Albright-Knox Art Gallery, Buffalo, New York.

SONUÇ

İnsanlığın yaşam mücadelesindeki en önemli öğelerden biri olan ateş mutfakların tarihini başlatır. İnsan ısınmak ve avlanmak için kullandığı ateşi gıdaları pişirmek için de kullanmıştır. Aileler, soylar, klanlar ateşin etrafında bir araya gelmişler ve sosyal birliktelikleri oluşturmuşlardır. Ateş insanoğlunun yaşam şeklini ve yaşadığı mekanın yapısını yönlendirmiştir. Özellikle yerleşik yaşama geçen insan, yemek hazırlayıp yediği, ritüeller gerçekleştirdiği, uyuduğu alanları ateşin etrafında konumlandırmıştır. İnsanoğlu zamanla ateşin etrafındaki yaşamını duvarlar çekerek bölümlere ayırmıştır. Yerleşik yaşamın görüldüğü ilk topluluklarda depolar, hayvan barınakları ya da ritüel odaları gibi bölmeler görülmeye başlanmıştır (örn. Çatalhöyük, Aşıklıhöyük, Çayönü yerleşim merkezleri). Ancak ateş ve dolayısıyla mutfak yaşamsal önemini korumuş ve aile üyelerinin bir araya geldiği merkez olma görevini yüzyıllar boyunca sürdürmüştür.

Mutfaklarda önemli değişikliklerin yaşandığı 16. ve 19.yy arasındaki dönemi ele alan bu çalışma, resim sanatından örneklerle yaşanan değişikliklere ışık tutmaya çalışmıştır. Gastronomi yazınında pek çok kez ele alınan mutfak tarihini, alternatif bir yöntem kullanarak dönemine tanıklık eden resimler aracılığıyla incelemiştir. Bunu yapmaktaki temel amaç ise mutfak tarihi alanındaki yazını çeşitlendirerek katkıda bulunmaktır.

Yapılan incelemeler sonucunda 16.yy'ın erken dönemlerinde mutfakların merkezinde açık bir ateşin yandığı bir şömine bulunur. Bu ateş üzerinde kazanlar kaynatılır ya da şişte etler çevrilir. İlerleyen dönemlerde mutfağın dışına taşınacak olan pek çok iş (örn. hayvanların tüylerinin yolunması, iç organların çıkarılması, etlerin parçalanması) bu dönemde mutfağın içinde görülür. Bu dönem mutfak sahnelerinde görülen önemli bir öğe de bugün "erkek işi" olarak grupladığımız bu zorlayıcı görevlerin iri yarı, gürbüz kadınlar tarafından görülmesidir. Kaslı kolları ve al yanakları ile meşakkatli ve ağır işlerin üstesinden kolaylıkla gelen bu kadınlar resimlerin ön planında tasvir edilir (Resim 2 ve Resim 3). Kol gücüyle çalışan bu kadın aşçılar adeta birer tanrıça gibi görünseler de bu dönemin ressamı ya da yapı ustaları gibi bu kadınlar da itibarı düşük bir meslek yapmaktaydılar. Rönesans hümanistlerinin aşçılık mesleğine sağladığı itibardan henüz payını alamamış bu kadınların emeklerinin onurlu sayılabilmesi için daha çok uzun zaman (yakl. 200 yıl) gerekmektedir. Bu

döneme ait resimlerde görülen bir diğer önemli özellik ise öndeki mutfak sahnelerinin arkasında betimlenen kutsal sahnelerdir. Örneğin Martha ve Meryem'in Evindeki İsa'nın geri planda tasvir edildiği mutfak sahnesinde (Örn. Resim 5), ön plandaki yiyecek bolluğu ile arkadaki kutsal sahne bir zıtlık oluşturacak şekilde verilir. Bu alegorik anlatımın amacı kişinin dünyevi zevklere olan düşkünlüğüne dikkat çekmek ve manevi dünyayı hatırlatmaktır.

17.yy'a tarihlenen mutfak sahnelerinde yine benzer bir atmosfer görülür. Mutfağın merkezindeki şöminede yemekler pişer, raflarda servis tabakları ve tencereler asılıdır. Bu döneme ait mutfak sahnelerinde mutfakların görece daha sakin mekanlar olduğu ve yapılan işlerin de görece daha az meşakkatli hale gelmesidir. Bu dönem Avrupası'nda yemek sofraları Rönesans elit toplumu için daha büyük önem kazanır. Bu nedenle, aşçının sosyal rolü de artmış, aşçılar saray halkının değerli bir üyesi olarak görülmeye başlanmıştır. Buna rağmen, 17. ve 18. yüzyıllarda bile çok az aşçı takdir edilen bir meslek ustası konumunu elde edebilmiştir. Bu dönem resimlerinde ortaya çıkan bir diğer önemli şey şüphesiz ki yemek yeme alanlarının mutfaklardan uzaklaşmasıdır (Örn. Resim 6 ve Resim 7). Hatta bazı mutfakların evin geri kalanından tamamen ayrıldığı bile görülür (Örn. Resim 8).

Zaman içinde mutfaklar genişlemiş, kullanılan ekipmanlar artmış ve çeşitlenmiştir. Artık işler oturarak sakin bir biçimde yapılmaktadır (Örn. Resim 8 ve Resim 9). Mutfaklar artık kargaşanın hakim olduğu mekanlar değildir. İnsanların ekipmanlara daha kolay ulaştığı, daha organize çalışma alanları haline gelmişlerdir (Resim 9 ve Resim 10). 18.yy'a geldiğinde çalışanlar artık daha mutlu, daha temiz giyimlidir (Resim 12). Avrupa'da özellikle de Fransa'da aşçılık üzerine pek çok önemli ve yenilikçi eserlerin verildiği 17. yy sonları ve 18.yy başlarına denk gelen bu dönemde, mutfaklar artık tartışılmaya uygun yerler haline gelmişti. Aşçılık ise onurlu bir meslek olma yolunda ilerliyordu. Yemek yazarlığının uluslararası düzeyde kabul gören bir edebi alana dönüşmeye başladığı bu dönemde 'gastronomi' kelimesi yükselişe geçmiş ve iyi beslenmeye ilişkin çeşitli anlayışların ebedi ve artistik bir ifadesi haline gelmiştir. Buna paralel olarak, pek çok hazırlık ve pişirme aşamasından geçen yiyeceklerin mutfaklardaki uzman çalışanlar tarafından gurme lezzetlere dönüştürülmeye başladığı görülür.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu önemli bir sonuç da günlük yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olan mutfakların ve yemek hazırlıklarının belli sınıf için toplumsal statü göstergesi olmasıdır. Resim sanatı örneklerinde incelenen mutfaklar ve mutfak içinde tasvir edilen bolluk, farklı toplumsal kesimler tarafından bir sosyal statü ve ekonomik göstere haline almıştır. Yemek ve toplumsal sınıflar arasındaki ilişkiye dair veri niteliğindeki bu sonuç, gıda sosyolojisi alanında yapılan çalışmalar için yeni bir boyut oluşturmaktadır. Günümüze değin beslenme sosyolojisi üzerine yapılan çalışmalar genellikle yemeğin tüketim aşamasına yoğunlaşmıştır. Bu konular arasında 'sınıf, etnik köken ve toplumsal cinsiyet gibi faktörlerin yemek yeme deneyimleri', 'dışarıda yemek yeme olgusu', 'yemek ve kimlik' gibi başlıklar sosyoloji disiplininin oldukça ilgisini çekmiştir. Ne var ki gıdanın üretimi ve dağıtımı üzerine yapılan çalışmalar, tüketim boyutu üzerine yapılan araştırmalara oranla kısır ve eksik kalmıştır (Akarçay, 2016: 36; Beardsworth ve Keil, 2012: 86). Gıda üretim sürecinin ayarlanmasında ve mutfak hazırlıklarının örgütlenmesinde görülen eğilimler ve bu eğilimlerin tarihsel süreçteki değişimini ortaya koyan bu çalışma, gıda sosyolojisi disiplinine yeni bir araştırma alanı sunmaktadır. Nitekim çalışmada incelenen tablolar kadınların mutfak görevlerindeki rolü, mutfakta çalışmanın zaman içinde daha ince bir eylem haline gelmesi, aşçılığın daha saygın bir meslek olarak doğuşu gibi toplumsal değişimleri gözler önüne sermektedir.

KAYNAKÇA

- Akarçay, Erhan, (2016) Beslencenin Sosyolojisi – Orta Sınıf(lar)ın Yeme İçme ve Eğlence Örüntüleri. Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Akbaba, A. ve Çetinkaya, N., (2018) Gastronomi ve Yiyecek Tarihi. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akdeniz Ay, Defne, (2017) ‘17. Yüzyıl Hollanda Resim Sanatında Yiyecek-İçecek Öğeleri: Portre, Tür ve Ölüdoğa Sanatından Örneklerle’, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5:1, s. 76-95.
- Akdeniz, Defne, (2017) Resim Sanatında Gastronomi, Gece Kitaplığı, Ankara.
- Barnes, D. R. ve Rose, P. G., (2002). Matters of Taste: Food and Drink in Seventeenth-Century Dutch Art and Life, Institute of History and Art / Syracuse University Press, Albany.
- Beardsworth, A. ve Keil, T., Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Davet. Çev.: Abdülkâki Dede, (2012) Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Bendiner, K., (2004) Food in Painting- From the Renaissance to the Present. Reaktion Books. London.
- Bober, P.P., Antikçağ ve Ortaçağda Sanat, Kültür ve Mutfak, 2.bs., çev.: Ülkün Tansel, (2014) Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Buchholz, E. L., Bühler, G., Hille, K., Kaeppele S. ve Stotland, I., Sanat. Çev.: Derya Nükhet Özer, (2012) NTV Yayınları, İstanbul.
- Civitello, L., (2008) Cuisine and Culture – A History of Food and People, John Wiley & Son, New Jersey.
- Crowther, G., (2013) Eating Culture: An Anthropological Guide to Food. Ontario, University of Toronto Press, Kanada.
- Delemen, İ., (2003) Antik Dönemde Beslenme, 2.bs., Ege Yayınları, İstanbul.
- Farthing, S., Sanatın Tüm Öyküsü, 2.bs., çev.: Gizem Aldoğan, Firdevs Candil Çulcu, (2014) Hayalperest Yayınevi, İstanbul.
- Freedman, P., Yemek- Damak Tadının Tarihi, 1.bs., çev.: Nurettin Elhüseyni, (2008) Oğlak Güzel Kitaplar, İstanbul.
- Goody, Jack, Yemek, Mutfak, Sınıf – Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması, 1.bs., çev.: Müge Günay Güran, (2013) Pinhan, İstanbul.
- Grieco, A.J., (2009) ‘Ortaçağ Sonu ve Rönesans İtalya’sında Yemek ve Toplumsal Sınıflar’, Yemek ve Kültür, Sayı 17, s. 61-71.
- Grolier, Pierrette, (2005) Fransız Mutfağı – Dünya Mutfağından Lezzetler, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul.
- Gürsoy, Deniz, (2013) Yiyelim İçelim Tarihini Bilelim – Dünden Bugüne Gastronomi, Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık, İstanbul.
- Gürsoy, Deniz, (2014) Deniz Gürsoy’un Gastronomi Tarihi, Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık, İstanbul.
- Gombrich, E. H., Sanatın Öyküsü, 8.bs., çev.: Erol Erduran ve Ömer Erduran, (2013) Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Holland, Mina, Yemek Atlası – Otuz Sekiz Mutfakta Dünya Turu, 1.bs., çev.: Saliha Nilüfer, (2016) Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Irmscher, Günter, (1986) “Ministrae voluptatum: Stoicizing Ethics in the Market and Kitchen Scenes of Pieter Aertsen and Joachim Beuckelaer”, Netherlands Quarterly for the History of Art, Vol. 16, No. 4, s. 219-232.
- Işın, P. M. (2018) Avcılıktan Gurmeliğe Yemeğin Kültürel Tarihi, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- İren Boynudelik, Zerrin ve Önel Kurt, Emine, (2018) Bu Resim Ne Anlatıyor? Günlük Hayat, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Kiple, K.F., Gezgin Şölen – Gıda Küreselleşmesinin On Bin Yılı, çev.: Nurettin Elhüseyni, (2010) Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Kiple, K. F. ve Ornelas, K. C., (1999). The Cambridge World History of Food, Cambridge University Press, New York.
- Korkutata, Abdulmenaf, (2013) Fransız Mutfağı s. 33-51, içinde Uluslararası Gastronomi – Temel Özellikler, Örnek Menüler ve Reçeteler, (Editör: Mehmet Sarıışık), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Larousse Gastronomique: The World’s Greatest Culinary Encyclopedia, Completely Revised and Updated
- Malaguzzi, S., (2008) Food and Feasting in Art, Getty Publications, California.
- Montanari, M. Avrupa’da Yemeğin Tarihi – Avrupa’yı Kurmak, çev.: Mesut Önen ve Biranda Hinginar, (1995) Afa Yayıncılık A.Ş., İstanbul.
- Picq, P., Sagart, L., Dehaene, G. ve Lestienne, C., Dilin En Güzel Tarihi, 3.bs., çev.: Sema Rifat, (2016) Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Riley, Gillian, (2015) Food in Art –From Prehistory to the Renaissance, Reaktion Books, Londra.
- Soyer, A., (1977) The Pantropheon: or a History of Food and its Preparation in Ancient Times, Paddington Press, New York.
- Standage, T., İnsanlığın Yeme Tarihi, çev.: Gencer Çakır, (2016) Maya Kitap, İstanbul.
- Sullivan, Margaret A., (1999) “Aertsen’s Kitchen and Market Scenes: Audience and Innovation in Northern Art”, The Art Bulletin, 81:2,s. 236-266
- Tez, Zeki, (2012) Lezzetin Tarihi, Hayy Kitap, İstanbul.
- Toussaint-Samat, M., A History of Food, 2.bs., çev.: Anthea Bell, (1992) Blackwell Reference, Cambridge.
- Woolgar, C.M., (2008) Şölen ve Perhiz - Ortaçağ Avrupa’sında Yemek ve Damak Tadı, içinde Freedman, P., Yemek- Damak Tadının Tarihi, 1.bs., çev.: Nurettin Elhüseyni, (2008) Oğlak Güzel Kitaplar, İstanbul.

Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Corporate Social Responsibility Projects from a Public Relations Perspective: A Research on Vocational School Students

Emel DEMİR ASKEROĞLU*

ÖZ

Yoğun rekabet ortamında şirketler sosyal bir amacı destekleme ihtiyacı duymaktadır. Böylelikle hedef kitlesi ile arasında bir ilişki kurma imkânı bulmaktadır. Günümüzde bireylerin toplumsal sorunlara duyarlı olması, ürün ve hizmet tercihlerinde farklı kriterleri de göz önünde bulundurmasına sebep olmaktadır. Bu çalışmada halkla ilişkiler perspektifinden kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin inandırıcılığına yönelik algıyı ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bir meslek yüksekokulu öğrencileri üzerinde nicel araştırma yöntemlerinden yüz yüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Basit rastlantısal örneklem yöntemi ile seçilen 250 kişi ile gerçekleştirilen çalışmanın örnekleme, bir MYO'nun 5 farklı programında eğitim gören birinci ve ikinci sınıf öğrencileri arasından seçilmiştir. Araştırma sonucu elde edilen verilerin analizi SPSS 22 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri toplumların ihtiyaçlarına uygun olarak gerçekleştirilen çevre, sağlık, eğitim, kültür-sanat alanlarında gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin meslek yüksekokulu öğrencileri tarafından hangi koşullarda inandırıcı algılandığı ve toplumun hangi alanlarda projelere ihtiyaç duyduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler öncelikli olarak toplumun sorunlarına yönelik eksikliklerin giderilmesi gerektiğini verdikleri yanıtlar ile dile getirmektedir. Özellikle eğitim, sağlık, çevre gibi temel sorunların çözümü için projelere öncelik istemektedirler. Daha sonraki aşamada kültür-sanat faaliyetleri yer almaktadır. Bu nedenle ülkelerin sorunlarına duyarlılık gösteren projeler gerçekleştirmek önemli hale gelmektedir.

ANAHTAR KELİMELELER

Halkla İlişkiler, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri

ABSTRACT

In a highly competitive environment, companies need to support a social goal. Thus, it finds the opportunity to establish a relationship with its target audience. The fact that individuals are sensitive to social problems causes them to consider different criteria in product and service preferences. In this study, it is aimed to reveal the perception towards the credibility of corporate social responsibility projects from the public relations perspective. A face-to-face survey was conducted on the students of a vocational school. The sample of the study, which was conducted with 250 randomly selected individuals, was selected among the first and second grade students studying in 5 different programs of a Vocational School. The data obtained from the research were analyzed with SPSS 22 program and 95% confidence level was used. It has been tried to put forward the conditions under which the students of vocational high schools perceive the corporate social responsibility projects realized in the fields of environment, health, education, culture and arts, which are realized in accordance with the needs of the societies in which businesses operate, and in which areas the society needs projects. According to the results of the research, the students first of all stated that they should overcome the deficiencies regarding the problems of the society with their answers. They want to prioritize projects in order to solve basic problems such as education, health and environment. In the next stage, culture and art activities take place. Therefore, it becomes important to realize projects that are sensitive to the problems of countries.

KEYWORDS

Public Relations, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Projects

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 08.05.2019 | 21.06.2019 |
| Atıf | Askeroğlu, E. D. (2019). Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri: Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 508-525. |

GİRİŞ

İşletmelerin amaçları doğrultusunda, işletme ile hedef kitlesi arasında ortak bir zemin oluşturabilmesi ve çıkarlarının dengelenmesini sağlaması gerekmektedir. İşletmeler çıkarlarının ötesinde faaliyet gösterdikleri toplumların varlıklarını kabul ederek, onların sorunlarına yönelerek adımlar atması sorumlu davranışın göstergesi olmaktadır. Bu doğrultuda atılan adımlar olumlu imaj olarak işletmelere yansımaktadır. Halkla ilişkiler perspektifinden bakıldığında işletmeni n imajını yükseltmek öncelikli amaçlardan olduğundan kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı sergilemek de halkla ilişkiler çerçevesinde önem oluşturmaktadır (Peltekoğlu, 2012:189). İşletmelerin hedef kitlelerine ulaşabilmek için izledikleri bir yol olarak kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, toplum yararına faaliyetlerde bulunarak, toplum için faydalı adımlar atarak sorumluluk bilincini göstermekte ve olumlu imaj oluşturmak için ortam hazırlayabilmektedir.

Geçmişten günümüze birçok tanımı yapılan sosyal sorumluluk kavramı, işletmelerin faaliyet alanlarına göre yerine getirmekle yükümlü oldukları sorumluluklarının ötesinde toplumsal sorunları da göz önünde bulundurarak yapılan bir projeye destek vermek ya da kendi projelerini tasarlayarak sorunlara çözüm aramaya çalışmaktır. Hızla gelişen teknoloji ve artan rekabet koşulları ile birlikte işletmeler farklılaşabilmek ve rekabet avantajını elinde bulundurabilmek için kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı ile hareket etmek durumundadırlar.

Toplumun işletmeden beklediği etik, yasal, ticari ve toplumsal beklentilerini karşılayan bir şekilde faaliyetini gerçekleştirmek olarak ifade edilen (Kotler ve Nancy, 2006:3) sosyal sorumluluk kavramı, gönüllü kurumsal uygulamalarla iç kaynaklardan da katkı sağlanarak toplumun refahını artırma çabası göstermek olarak ifade edilmektedir (Kotler vd.,2012:14). Toplumun beklenti ve refahı esasına dayalı bir kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile hareket eden işletmeler, eğitim, sağlık, çevre, kültürel yapı gibi alanlarda sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirilmesini sağlayarak, yalnızca kar odaklı olmadıklarını aynı zamanda sorumluluk bilincinde faaliyette bulduklarını da gösterme olanağı bulmaktadırlar. Tüm bu alanlarda gerçekleştirilen projelerin hangilerinin daha öncelikli olması gerektiği konusu ise toplumun önceliklerine göre belirlenmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri türlerinden hangilerinin toplumda daha fazla gereksinim duyulduğunu ve bu projelerin ne kadar inandırıcı bulunduğunu ortaya koymak amaçlanmakla birlikte, halkla ilişkiler çerçevesinde bu projelerin işletmelere nasıl bir katkısı olabileceği üzerinde durulmaktadır. Kavramsal ve tarihsel süreciyle ele alınan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, uygulama alanları ve işletmelere katkıları ele alınarak araştırma gerçekleştirilmiştir.

1.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının (KSS), uzun bir tarihsel serüvene sahip olduğunu söylemek mümkündür. Yüzyıllardır iş dünyası tarafından toplum için endişeler duymasına rağmen, sosyal sorumluluk üzerine gerçekleştirilen literatür çalışmaları son elli yıldır özellikle Amerika Birleşik Devletler'de gerçekleştirilmektedir (Carroll, 1999: 268). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını açıklayabilmek için son elli yılda KSS kavramına yönelik bakış açılarını değerlendirmek gerekmektedir.

1950'li yıllarda KSS kavramına bakış iki ayrı açıdan ele alınmaktadır. Bu görüşlerden biri New Jersey'deki Standart Petrol Şirketi'ndeki eski bir yönetici olan Frank Abrams, yönetimin profesyonelleşmesiyle birlikte, şirketlerin sadece kârlar hakkında değil, aynı zamanda çalışanlar, müşteriler ve kamuoyunu da düşünmek zorunda olduklarını ileri sürmektedir. Aynı yıllarda, William C. Frederick, KSS literatürüne önemli bir katkı sağlayarak üç temel fikir geliştirmiştir. Bunlar, yöneticinin sorumluluğu, rekabetin dengeli hale getirilmesi, hayırseverlik ve iyi niyete dayalı iş destekleridir. Diğer taraftan, Levitt (1958), iş dünyası için KSS projelerini tehlikeli olarak nitelendirerek iş dünyasına uyarılarda bulunmaktadır. Levitt, sosyal kaygıların ve genel refahın iş dünyasının değil, devletin sorumluluğunda olması gerektiğini düşünmekte ve iş dünyasının kar güdüsünden uzaklaşmaması gerektiğini savunmaktadır (Carroll, Shabana, 2010: 86-87).

Davis (1960: 271) sosyal sorumluluğun belirsiz bir yaklaşım olduğunu, ancak yönetsel bağlamda görülmesi gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca sosyal açıdan sorumlu bazı iş kararlarının, uzun ve karmaşık bir mantık yürütme süreci ile şirkete uzun vadeli ekonomik kazanç getirme şansına sahip olduğu ve bu nedenle de sosyal açıdan sorumlu bakış açısını ileriye yönelik bir yatırım olabileceğini savunmuştur. Bu görüş, 1970'lerin sonlarında ve 1980'lerde yaygın olarak kabul edildiği için oldukça ilgi çekicidir. Davis, sosyal sorumluluk ve iş gücü arasındaki ilişki üzerine odaklanır ve "iş adamlarının sosyal sorumluluklarının toplumsal güçleriyle orantılı olması gerektiğini" savunmaktadır (Carroll, 1999: 271).

Joseph W. McGuire İş ve Toplum (1963) adlı kitabında, "Sosyal sorumluluk düşüncesinin, kurumun sadece ekonomik ve yasal yükümlülükleri değil, bunun ötesinde topluma karşı sorumlulukları" olduğunu ifade ederek sosyal sorumluluğun tanımlanmasına katkıda bulunmaktadır (akt. Carroll, 1999). Bu tanımla sosyal

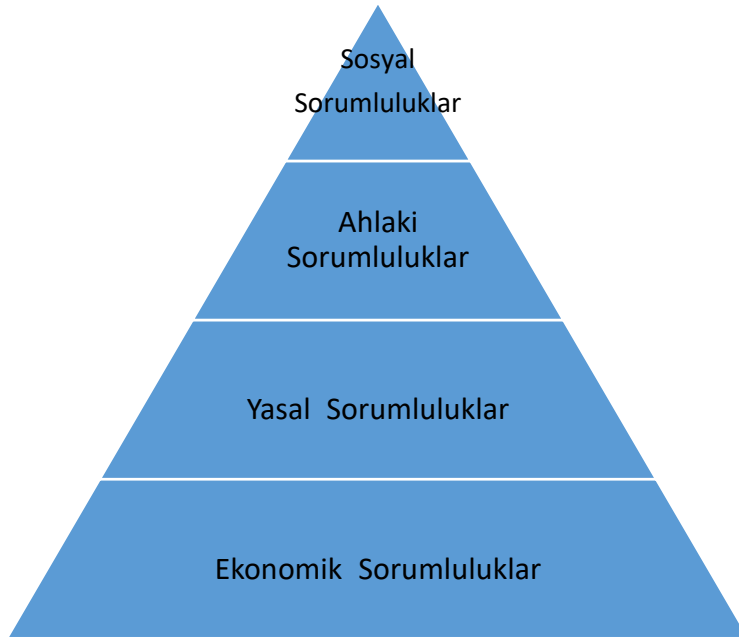
sorumluluk anlayışının kurumun toplumsal yapısına yönelik yükümlülükler yer vermesi, sosyal sorumluluk anlayışının işin ekonomik ve yasal boyutundan ötesi olduğu vurgusu görülmektedir.

1970'ler Morrell Heald tarafından yazılan “İşin Sosyal Sorumlulukları: Şirket ve Toplum” adlı çalışmada sosyal sorumluluk tanımında kurumsal hayırseverlik ve toplum ilişkileri öne çıkarılmaktadır (Carroll, 1999: 273).

1980'lerde kurumsal sosyal sorumluluk, bir yükümlülük olarak görülüp, sendika ve hukuki düzeyde ele alınması gereken bir kavram olarak görülmeye başlanmıştır. Bu bakış açısında kurumsal sosyal sorumluluk gönüllülük dışında bir zorlayıcı faktöre bağlanmaktadır (Carroll, 1999: 284). Böylece 1980'li yıllardan sonra gönüllülük ötesinde bir yükümlülük olarak ele alınmaya başlayan kurumsal sosyal sorumluluk, iş dünyası için her geçen gün daha da önemli hale gelmektedir.

90'lı yıllarda Carroll KSS ile ilgili yaklaşımına yeni bir boyut getirerek “kurumsal vatandaşlık” kavramını hayırseverlik kavramı yerine kullanılmıştır. Ayrıca KSS için gerekli olan mevcut durumun gözden geçirilmesi üzerinde durmuştur. Carroll, KSS'nin kabul görmesi için tüm iş sorumluluklarının yerine getirilmesine vurgu yapmaktadır. Carroll, dört çeşit sosyal sorumluluğun KSS'yi oluşturduğu ileri sürmektedir: ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik. Ayrıca, bu dört kategori veya KSS'nin bileşenleri olarak kabul edip bir piramit ile tasvir eder (Carroll, 1999: 289).

Grafik1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Peltekoğlu, 2012: 191.

KSS piramidi, ekonomik sorumlulukları taban olarak almaktadır. Bu tabanda olan ekonomik sorumluluklar temel işleve sahip olup, bu temelin üzerine yasal, ahlaki ve hayırseverlik çerçevesinde sosyal sorumluluk kategorileri inşa edilmektedir (Carroll, 1991: 42). Bu Piramitte yer alan her bir kategori sırasıyla işlemese dahi, her zaman yerine getirilmesi gereken kategorilerden oluşmaktadır. Carroll bir işletmelerin kar etmek, yasalara uymak, etik olmak ve iyi bir kurumsal vatandaş olmak için çaba sarf etmesi gerektiği üzerinde durmaktadır. İşletmelerin içinde buldukları topluma karşı sorumluluklarına karşılık gelen kurumsal vatandaşlık kavramı, işletmelerin yükümlülüklerine yapılan bir vurgu olduğunu söylemek mümkündür. Özetle, kurumsal sosyal sorumluluk iş dünyasında, ekonomik, yasal ve gönüllü bir takım faaliyetleri kapsamaktadır.

Sosyal sorumluluğa farklı açılardan bakan birçok yaklaşım da mevcuttur. Sosyal sorumluluk kavramını, Friedman, sadece kar etmek, Davis, kar etmenin ötesine geçmek, McGuire; ekonomik ve yasal ihtiyaçların ötesine geçmek, Manne, gönüllü faaliyetler, Steiner, ekonomik, yasal, gönüllü faaliyetler olarak ifade etmektedir (Carroll, 1979: 499).

Ekonomik Sorumluluklar: İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek için üretmek, ürettiklerini satmak ve kar etmekle yükümlüdürler. Toplumun istediği mal ve hizmetleri üreterek belirli bir kar oranıyla satarak ekonomik sorumluluklarını yerine getirmektedirler.

Yasal Sorumluluklar: İşletmeler yasal düzenlemeler ile işlerini yürütmekle yükümlüdürler. İşletmelerin ticari faaliyetlerini belli yasal düzenlemeler çerçevesinde yerine getirilmesi beklenmektedir.

Etik Sorumluluklar: İlk iki kategori etik normları barındırır da, zorunlu olarak kanunlara göre kodlanmış olmayan ancak yine de toplumun üyeleri tarafından işlenmesi beklenen davranışlar ve faaliyetler vardır. Toplumun yasal gereklilikler üzerinde ve üstündeki iş beklentilerini kapsamaktadır.

İsteğe Bağlı Sorumluluklar (Sosyal Sorumluluklar): Sosyal sorumluluklar olarak da isimlendirilen bu sorumluluklar, işletmelerin içinde buldukları toplumun çıkarlarını gözetmesi ve toplumun sorunlarına duyarlılık göstermesi olarak ifade edebileceğimiz sorumlulukları kapsamaktadır. Bu amaçla yapılan sosyal sorumluluk projeleri ile topluma karşı duyarlılıklarını ifade etme imkânı bulunmaktadır (Balta Peltekoğlu, 2018: 201). Günümüzde şirketler faaliyet gösterdikleri toplumların sorunlarına duyarlılıklarını gösterebilecek sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirerek hedef kitleleri nezdinde olumlu imaj oluşturma çabası içinde olduğunu söylemek mümkündür.

2.KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK UYGULAMA ALANLARI

Sosyal sorumluluğa dayalı halkla ilişkiler uygulamaları ve kurumsal sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket eden işletmelerin, yalnızca kendi faaliyet alanlarında değil, öncelikli toplumsal sorunların çözümünde de rol oynayarak, iyi bir kurumsal vatandaş olarak ülke kalkınmasında etkili rol oynayabileceklerini söylemek mümkündür. Günümüz yoğun rekabet şartlarında işletmelerin zorunlu sorumluluklarını yerine getirmesi yeterli olmamakta, toplumsal beklentileri karşılayabilmek, rekabet gücünü koruyabilmek ve sürdürülebilirliği sağlayabilmek için “gönüllü yükümlülüklerini” de yerine getirmesi önemli görülmektedir (Peltekoğlu ve Tozlu, 2017: 8). Bu nedenden dolayı işletmeler hedef kitleleriyle güvene dayalı iletişim kurabilmek ve bu iletişimi sürdürülebilir kılmak için birçok alanda sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir.

Sosyal sorumluluğun uygulama alanı oldukça geniştir. Çalışanlardan tedarikçilere kadar, tüm paydaşları kapsayan bir alana sahip olan sosyal sorumluluk, şirketlerin muhatap olarak sorumluluk duymakla yükümlü olduğu geniş bir alan olduğunu ifade etmek mümkündür. Ekoloji ve çevre, tüketici, toplumsal gereksinim ve toplumsal katkı, kamu kurumları ile iyi ilişkiler geliştirme, gönüllülük, çalışanlarla ilişkiler, ortaklarla ilişkiler, ekonomik faaliyetler, patent kullanımının sınırlandırılması, haber ajansları ve iletişim araçlarına karşı sorumluluk olarak sıralanmaktadır (Peltekoğlu, 2018: 204-205). Kurumsal sosyal sorumluluk alanları, çalışanlar, müşteriler, toplum, bölgesel kalkınma, uluslararası toplum, yatırımcılar, tedarikçiler, sivil toplum kuruluşları, rakipler ve devlet ve yerel yönetimler olarak sıralanmaktadır. Bu alanları kapsayan birçok kampanya hayata geçirilmektedir (Coşkun, 2010: 59).

Çalışanlar için sosyal sorumluluk faaliyetleri, herhangi bir ayırım yapılmaksızın herkese eşit muamele edilmesi, tüm sosyal haklarından faydalanılmasının sağlanması ve güvenli koşulların yerine getirilmesinin yanı sıra mesleki gelişimini desteklemeye yönelik politikaları içermektedir. Müşteriler, garanti, uygun fiyatlandırma ya da müşterileri yanıltıcı herhangi bir bilginin verilmemesi gibi konuları kapsamaktadır. Gelir dağılımı ve istihdamı destekleyen yatırımlar yapılarak bölgesel kalkınmaya destek verilmesi, böylelikle ilgili bölgelerde yaşanan insanların istihdamına katkı sağlanması sosyal sorumluluk açısından önem taşımaktadır.

Yatırımcılar ve ortaklara doğru bilgi paylaşımının yapılması ve şeffaflık politikasının güdülmesi de önemli bir başka konudur. Tedarikçiler sosyal sorumluluk açısından iki farklı öneme sahiptir. Öncelikle üretim açısından önem taşıyan tedarikçilere karşı duyulan sorumluluğun yanı sıra tedarikçinin üretiminin sosyal sorumluluk sınırları içinde olması da önemlidir. Şirketin bir parçası olan tedarikçilerin ürünü üretim biçimleri de önemlidir. Rakiplere yönelik haksız rekabetten kaçınılması, yasa dışı faaliyetler ile rakipleri zor duruma düşürülmemesi gibi konular sosyal sorumluluk için önemlidir. Dolayısıyla işletmelerin iş ahlakı çerçevesinde rekabet etmesi beklenmektedir.

Sivil toplum kuruluşları ile sosyal sorumluluk projelerinde birlikte hareket edilerek, toplumsal sorunlara destek verici faaliyetler gerçekleştirilebilir. Toplumun problemlerinin çözümü için çaba sarfeden bu kuruluşlara nakit bağış ya da hizmet sağlayarak destekler verilebilmektedir. Devlet kurumlarına yönelik sorumluluklar ise, yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi, faaliyet gösterilen ülkelerin mevzuatına uygun hareket edilmesi ve vergilerin ödenmesi gibi sorumlulukları içermektedir.

Kuruluşun faaliyet gösterdiği çevrenin kalkınmasına yönelik faaliyetlerde bulunan bir kurum, kurumsal sosyal sorumluluk alanında genellikle teşebbüs, eğitim, kültür ve sanat ve çevre öğelerini içeren çalışmalar yapmaktadır. Teşebbüs, yatırım faaliyetlerinin artırılması ve yatırımcıların desteklenmesi sürecidir. Eğitim, gençlerin yaşamlarına katkı sağlayacak faaliyetlerin hayata geçirilmesi, kültür ve sanat faaliyetleri ile bölgede yaşanan insanlarla etkileşim kurabilmek, çevre yaşam kalitesini arttıracak ve çevre güvenliğini sağlayabilecek çabaları kapsamaktadır (Okay ve Okay, 2001: 623).

J. Nelson, sosyal katma değer taşıyan kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları için üç unsura dayanan bir yaklaşımı önermektedir. Bu yaklaşımlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo1. Katma Değer Taşıyan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

| Yaklaşım | Uygulama Biçimi |
|--|--|
| İşletmenin esas faaliyetlerinin etkili ve etik işi | <ul style="list-style-type: none"> • Çevresel ve sosyal bakımdan sorumlu kararlar almak. • Yoksulları göz önünde bulundurarak üretim, dağıtım kaynaklarında sorumlu yatırımlar gerçekleştirmek. • Yerel çalışılacak işler oluşturmak. • Vergileri ve hak sahiplerinin paylaşımını ödemek. • Sosyal insan kaynağı politikalarını uygulamak. • Uluslararası kabul edilen işletme standartlarını uygulamak. • Teknoloji işbirliğini desteklemek. |
| Sosyal yatırım ve hayırseverlik | <ul style="list-style-type: none"> • Geniş düzeyde işletmenin bulunduğu bölgeye eğitim programları sunmak. • Sosyal veya hayır işleriyle bağlantılı girişimler için çalışanların gönüllü olarak programlar yapmasını sağlamak. • İşletme eğitim projeleri düzenlemek. • Bölgenin sağlık projelerini desteklemek. • Bölgenin gelişimini destekleyen sponsorluklar yapmak. • Mobilizasyon ve şehirle ilgili gelişmelere kaynak ayırmak. |
| Kamu politikası tartışmasına katkıda bulunmak | <ul style="list-style-type: none"> • Sorumlu yabancı yatırım ve özel sektörün gelişimi için ortaya çıkan engelleri kaldırmak. • Eğitim, kurs, yerel ekonomik gelişim, çalışma ve çevre yönetimi gibi alanlarda çerçeveler ve sosyal ve çevreyle ilgili politikalara katkıda bulunmak. • İnsan hakları standartlarını ve bozulma karşıtı girişimleri de kapsayan iyi yönetimi desteklemek. |

Kaynak: (akt.Okay ve Okay, 2001: 624)

“Kuruluşların sosyal sorumluluk anlayışları kapsamında topluma karşı sorumluluklarını nasıl belirleyeceği, öncelikleri hangi alanlara vereceği konusundaki araştırmalar ve bunun sonucunda ortaya çıkan önerileri kuruluşun yönetimine götürme ve sebepleri ile ikna etme görevini halkla ilişkiler yönetimi taşımaktadır. Önerilen aktiviteler arasından kuruluşun genel politikasına en uygun olan seçilmeli, plan ve programa dayalı olarak hedef kitlelere aktarılmalıdır” (Göksel vd. Akt. Göztaş ve Baytekin, 2009: 2008-2009). Halkla ilişkiler yönetiminin yönlendirmesi ile kurumun felsefesine dahil edilen kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı, kurumun hedef kitlesine kendisini ifade edebilme özelliğini de taşıyabilmelidir. Bu nedenle toplumun ihtiyaçlarına karşılık gelen projeleri hayata geçirmek önemlidir.

Günümüz yönetim anlayışında, sosyal sorumluluk iş etiği ile doğru orantılı olarak görülmektedir. İşletmenin toplumsal bir kişilik olarak kabul edildiği günümüz yönetimlerinde, çalışanların da iç müşteri olarak değerlendirilmektedir. Bu yönetim anlayışında toplam kalite, öğrenen örgütler, katılımcı yönetim, kurum kültürü ve kimliği, kurumsal imaj gibi konulardan bahsedilmektedir. İşletmenin toplumsal kişiliğinin kabul edildiği yaklaşımda, davranışlar ve iletişim, halkla ilişkiler yönetiminin yükümlülüğündedir. Halkla ilişkiler yönetimi işletmelerin sosyal sorumluluk algısı ve planlamasında önemli bir role sahiptir. Gönüllüler, işgören, müşteriler, yatırımcılar başta olmak üzere geniş kitlelere ulaşma amacıyla hareketle sosyal sorumluluk kampanyalarının iletişim kampanyası olarak kurgulanması sebebiyle halkla ilişkiler yönetimi sorumluluğundadır (Göztaş ve Baytekin, 2009: 2008-2009). İşletmelerin planlanan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini dört farklı perspektiften ele almak mümkündür. Bu sorumluluklar; çevre, sağlık, eğitim, kültür-sanat, olarak sıralanabilir.

Çevre: Hem üretim sürecinde hem de çevre ve çevrenin ekolojik yapısını korumaya yönelik bir yaklaşımı ifade etmektedir. Çevre kamusal alan olarak, işletmelerin sosyal sorumluluk alanına girmektedir. Bu bağlamda çevreye yönelik kurumsal sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirilerek doğal kaynakları korumak ve çevre kirliliğini engellemeye çalışmak gibi sorumlulukları üstlenmektedirler (Coşkun, 2010: 68).

Bu kategori altında Kotler'in "sosyal açıdan sorumluluk taşıyan iş uygulamaları" olarak ifade ettiği Dell Markasının "Çevre Programı için Tasarım" projesi örnek olarak gösterilebilir. 2003 yılında Dell Çevre Raporu ile marka, "Çevre için Tasarım" atağı yaparak; ürün tasarımında ürün yaşam süresini arttırmak, enerji tüketimin azaltmak, çevreye duyarlı malzeme kullanımı sağlamak, üretimde malzeme azaltımına teşvik ve yüksek seviyede dönüşümlü ürün kullanımının arttırılmasını sağlayacaklarını ifade etmektedir (Kotler ve Lee, 2006: 38). Dell markası üretim sürecinde çevreci anlayışı benimseyerek ve iş uygulamalarını çevreye duyarlı olarak dizayn ederek sosyal sorumluluğun çevre boyutunu ortaya koymaktadır. İşletmelerin üretim faaliyetlerini çevreye en az zararı verecek biçimde tasarlaması sosyal sorumluluğun önemli bir ayağını oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Sağlık: Sosyal sorunlarla ilgilenmek, faaliyet gösterilen ülkelerin özelliklerine göre değişiklikler gösterebilmektedir. Kimi zaman hükümet yatırımları yeterli olmamakta bu nedenle özel sektörün sosyal sorunlara kaynak sağlaması gerekmektedir. Yapılan sosyal sorumluluk faaliyetleri toplumun ihtiyaçlarına yanıt verirken kamouyunda da olumlu karşılansaktadır (Akay ve Akay, 2001: 640-641). Bu nedenle işletmeler toplumun ihtiyaçları doğrultusunda eksiklikleri giderebilmek için sosyal sorumluluk çalışmaları gerçekleştirmektedirler. Sağlık alanında var olan eksiklikleri kapatabilmek için birçok sosyal sorumluluk projesi yapılmaktadır.

Aygaz'ın Ay Işığı Projesi ile toplumun sağlık hizmetlerinden daha rahat koşullarda faydalanması ve bu faydanın sürdürülebilir olması amacıyla gerçekleştirdiği projede, 2006 yılında T.C. Sağlık Bakanlığı ile imzalanan protokole göre, 81 ilde 81 Sağlık Ocağı'nın Aşı Odasını yenilemek hedeflenmektedir. Aşı odalarında her türlü iç bakımı yapmak, gerekli malzemeleri temin etmek ve odaların standartlarını yükseltmek amaçlanmıştır (sosyal sorumluluk platformu, 2016). Sağlık alanında yapılan birçok proje ile birlikte toplumun yaşam koşullarının daha iyi hale getirilmesi hedeflenmektedir. Bu sayede hem toplumsal sorunlara çözüm bulunmakta hem de markanın sosyal sorumluluğa verdiği önem pekiştirilmektedir.

Eğitim: Toplumun işletmelerin iyi birer kurumsal vatandaş olma beklentisine karşılık için hayırseverlik anlayışı doğrultusunda, insan refahını veya iyi niyetini teşvik etmek üzere eğitim alanında aktif olarak eylemlere veya programlara dahil olmak sosyal sorumluluk anlayışı kapsamındadır (Carroll, 1991: 42). Kurumlar faaliyet gösterdikleri ülkelerin ihtiyaçları doğrultusunda eğitim faaliyetlerine destek vermekte ve iyi niyetlerini gösterebilmek olanağı bulunabilmektedir. Toplum yararına gerçekleştirilen bu projeler hedef kitle üzerinde iyi izlenimler yaratabilmektedir. Bu nedenle eğitim alanında köklü projeler gerçekleştirilmektedir.

Bu projelerden biri Doğan Gazetecilik tarafından 23 Nisan 2005'te Hanzade Doğan Boyner'in önderliğinde başlatılan "Baba Beni Okula Gönder (BBOG)" projesidir. Kız çocuklarının eğitim olanaklarından yararlanabilmesini sağlamak amacıyla başlatılan proje ile 10 yılda yaklaşık 35 Milyon TL bağış, 300 bin'den fazla bireysel bağışçı, 33 yurt, 12 okul, 10.500 kız çocuğuna burs desteği ile sürdürülebilir bir projedir. Yapılan etki araştırması sonuçlarına göre toplum nezdinde %75'lik bir kesim tarafından başarılı bulunan proje birçok gönüllü bularak uzun yıllar devam etmektedir (Miraç, 2015). Etki araştırması verileri ile başarılı projelerin toplum tarafından destek gördüğü ve ilgi çektiğini söylemek mümkündür.

Kültür-Sanat: İşletmeler toplumsal gelişmeyi arttırmak ve birlik beraberliğe katkı sağlamak için kültürel ve sanatsal faaliyetlerin arttırılması ve geliştirilmesi adına sosyal sorumluluk projeleri yapmakta ya da var olan bir projeye destek vermektedir. Konserler, bale, tiyatro gösterileri, festival ve şenlikler işletmelerin yaptığı projelerin başlıcalarıdır. Bunun yanı sıra tarihi konularda da projeler gerçekleştirilmektedir (Coşkun, 2010:74). Böylelikle kültürel mirasın aktarımına katkı sağlanmaktadır. Bu alanda yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerine örnek olarak uzun soluklu ve sürdürülebilir projeler olarak Eti Çocuk Tiyatrosu ve Opet Tarihe Saygı Projesi verilebilir.

3.HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA KSS PROJELERİNİN AVANTAJLARI: KURUMSAL İMAJ VE KURUMSAL İTİBAR

Toplumun refahını arttırmak amacıyla, iç kaynakların kullanımı ve gönüllü kurumsal uygulamaların gerçekleştirilmesi olarak tanımlanan kurumsal sosyal sorumluluk (Kotler vd., 2012:14), kurumların itibarını güçlendirici bir nitelik taşıyarak, kuruma yönelik güven oluşturmakta ve kurumun yüksek kalitede algılanmasını sağlayarak, saygınlığı arttırmaktadır (Coşkun, 2010:101). Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri kurumlara yönelik olumlu imaj oluşturarak ve saygınlık sağlayarak uzun vadede itibara dönüşebilmektedir.

Markaların konumlandırılmasında etkili olan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, markaların müşterilerin zihninde bir yer edinmesinde avantaj oluşturmaktadır. Özellikle rekabetin yüksek olduğu alanlarda hedef kitlelerin tercihleri üzerinde etkili olabilmektedir. Kotler ve Armstrong, “rakip ürünler ile karşılaştırıldığında, müşterilerin o ürün için sahip oldukları algılamalardan, izlenimlerden ve hislerden oluşan karmaşık bir küme” olarak tanımladığı marka konumlandırma ile marka tercihleri üzerinde etkin olmaktadır. (Kotler, 2006: 118). Markaların konumlandırılmasına ve marka tercihinin katkısı olan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri markaların imajları üzerinde olumlu yansımaktadır. Gerçekleştirilen projelerle marka imajına olumlu olarak yansımaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin, kurum imajına olumlu etki yarattığını hazırlanan raporlar üzerinden görmek mümkündür. Örnek olarak Fortune dergisi, HayGroup tarafında yürütülen 10.000 yönetici ve analiz sonucunda oluşturulan Amerikanın en fazla hayranlık duyulan şirketleri listesini hazırlarken kullanılan ölçekte şirketlerin sekiz nitelik üzerinden puanlandırılması gerçekleştirilmektedir. Bu nitelikler, yenilenme, finansal sağlamlık, çalışanların yeteneği, kurum varlıklarının kullanımı, uzun vadeli yatırım değeri, yönetim kalitesi, ürünler/hizmetlerin kalitesi ve sosyal sorumluluk olarak belirlenmiştir. Bu nedenle toplumda sağlam bir ün ve kriz esnasında gerçek bir servet olarak sosyal sorumluluğu göstermek mümkündür (Kotler ve Lee, 2006: 14-15). Tüm bunların ötesinde kurumsal sosyal sorumluluk projeleri reklam desteği olarak da kurumlara katkı sağlamaktadır. Bir projenin hayata geçirilmesi ve duyurulması sürecinde medyada yer alan marka, akıllarda kalıcı olabilmektedir.

Bir diğer avantaj ise, maliyetlerle ilgilidir. Gerek iş uygulamalarında gerekse sosyal sorumluluğu teşvik eden uygulamalar maliyetlerin azaltılmasında etkin olmaktadır. Kotler ve Lee (2006:17) bağış ve teşviklerin işletmelerin maliyetlerini düşürdüğünü ifade ederken, atıkların azaltılması, malzemelerin geri dönüştürülmesi, su ve elektrik tasarrufunun sağlanması gibi çevresel girişimlerin şirketlerin maliyetlerine de yansıdığını belirtmektedir. Polonsky ve Jemons, marka ile sosyal sorumluluğun bir bütün içinde olduğunu ve marka değeri ve kişiliği geliştirerek pazarda farklılaştırma sağlandığını vurgulamaktadır. İş dünyası için önemli bir uygulama olan sosyal sorumluluk projelerinin marka imajı üzerindeki etkisi üzerine 2001 yılında gerçekleştirilen ve 20 gelişmiş ülkede yapılan bir araştırmaya göre marka imajına etkisi %49 oranında çıkmıştır (akt.Özdemir, 2009:66). Markalaşma ve imajın her geçen gün artan önemi de göz önünde bulundurulduğunda, günümüzde bu oranın daha da yüksek olabileceğini söylemek mümkündür. Böylelikle yapılan sosyal sorumluluk projelerinin paydaşlar üzerinde olumlu bir imaj yarattığını söylenebilir. Ayrıca bireylerin markaları/kurumları değerlendirirken kurumsal sosyal sorumluluk projelerine sağladıkları katkıları görmezden gelmedikleri ve marka/kurum tercihlerinde bu projelerin önemli bir yer tuttuğunu da ifade edilebilir.

4.ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmada nitel ve nicel yöntem kullanılmıştır. Literatür araştırmasının ardından araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada, meslek yüksekokulu öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine yönelik algısı analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. MYO öğrencilerinin KSS projelerinin türlerine yönelik yaklaşımları nasıldır?
2. MYO öğrencilerinin KSS projelerinin inandırıcılığına yönelik yaklaşımı nasıldır?
3. MYO öğrencilerinin KSS projelerine yaklaşımlarında okudukları programlar anlamlı fark yaratır mı?
4. MYO öğrencilerinin KSS projelerine yönelik yaklaşımında cinsiyet önemli midir?
5. MYO öğrencileri KSS projelerinde görev almak ister mi?
6. MYO öğrencileri KSS projelerinde görev alma durumu cinsiyete göre farklılık gösterir mi?

4.2.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Basit rastlantısal örneklem yöntemi ile seçilen 250 kişi ile gerçekleştirilen çalışmanın örnekleme, bir MYO'nun 5 farklı programında eğitim gören birinci ve ikinci sınıf öğrencileri arasından seçilmiştir.

4.3.Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Bu araştırma nicel araştırma yöntemlerinden yüz yüze anket modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Anket soruları 5'li likert yöntemine göre tasarlanmıştır. Araştırmada veri toplama yönteminde uygulanan KSS projelerinin türlerine yer verilmiştir. Çevre, sağlık, eğitim, kültür, sanat gibi KSS projelerinin uygulamalarının MYO öğrencileri tarafından nasıl algılandığını ortaya koymak için bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

4.4.Araştırmanın Yöntemi

Verilerin analizi SPSS 22 programı ile yapılmış ve %95 güven düzeyi ile çalışılmıştır. Analizlerde kişisel bilgiler için frekans dağılımı verilmiştir. İfadeler için katılım düzeyi ve ortalaması hesaplanmıştır. İfadelere katılım düzeylerinin cinsiyete ve sınıfa göre farklılık gösterme durumu Mann Whitney, okunulan programa göre farklılık gösterme durumu ise Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir.

4.5.Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın gerçekleştirildiği yüksek okulun mevcut programları ve burada eğitim gören öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine yönelik yaklaşımlarını anlamak ile araştırma sınırlandırılmıştır. Araştırma spesifik projeler üzerine yönlendirilmemiş ve kurumsal sosyal sorumluluk projelerine genel bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle projeler marka ve/veya firma bazlı olarak araştırmaya dahil edilmemiştir.

4.6.Araştırma Bulguları ve Sonuç

Araştırmada gerçekleştirilen anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, araştırmaya katılanların demografik özelliklerini ortaya çıkarabilmek amacıyla, cinsiyet, eğitim, gelir durumu, okuduğu program ve okuduğu sınıf yer almaktadır. İkinci bölümde ise kurumsal sosyal sorumluluk projelerine yönelik algılarını ortaya çıkartacak sorular yer almaktadır.

Tablo2: Örneklemin Profili

| | | n | % |
|--------------|---------------------------------------|-----|------|
| Yaş | 17-18 | 51 | 22,6 |
| | 19-20 | 126 | 55,8 |
| | 21-22 | 28 | 12,4 |
| | 23 ve üzeri | 21 | 9,3 |
| Cinsiyet | Erkek | 104 | 46,0 |
| | Kadın | 122 | 54,0 |
| Gelir Durumu | 1000 TLden az | 93 | 41,2 |
| | 1001-2000 TL | 67 | 29,6 |
| | 2001-3000 TL | 36 | 15,9 |
| | 3001-4000 TL | 20 | 8,8 |
| | 4000 TLden fazla | 10 | 4,4 |
| Sınıf | 1.sınıf | 139 | 61,5 |
| | 2.sınıf | 87 | 38,5 |
| Program | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 13,3 |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 27,4 |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 23,5 |
| | Lojistik | 34 | 15,0 |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 20,8 |

Katılımcılardan 19-20 yaşında olanların oranı %55,8 (n: 126); kadınların oranı %54,0 (n: 122); geliri 1000 TL'den az olanların oranı %41,2 (n: 93); 1.sınıf olanların oranı %61,5 (n: 139); Hakla İlişkiler ve Tanıtım okuyanların oranı %27,4'tür (n: 62).

Tablo 3: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Türlerine Yönelik Katılım Düzeyleri

| | Kesinlikle Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Kararsızım | | Katılıyorum | | Kesinlikle Katılıyorum | | Ortalama |
|--|-------------------------|-----|--------------|-----|------------|------|-------------|------|------------------------|------|----------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | |
| Eğitim alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin öncelikli olması gerekir | 2 | ,9 | 2 | ,9 | 35 | 15,5 | 54 | 23,9 | 133 | 58,8 | 4,39 |
| Türkiye'nin sağlık alanında Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapmaya ihtiyacı var | 2 | ,9 | 1 | ,4 | 29 | 12,8 | 48 | 21,2 | 146 | 64,6 | 4,48 |
| Türkiye'nin eğitim alanında Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapılmasına ihtiyacı var | 1 | ,4 | 3 | 1,3 | 16 | 7,1 | 48 | 21,2 | 158 | 69,9 | 4,59 |
| Türkiye'de toplumsal meselelere yönelik (kadına şiddet, kız çocuklarının okula yollanmaması, istismar vb) konularda şirketler yeteri kadar sorumluluk almamaktadır | 6 | 2,7 | 4 | 1,8 | 29 | 12,8 | 48 | 21,2 | 139 | 61,5 | 4,37 |
| Sağlık alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk Projelerinin öncelikli olması gerekir | 0 | ,0 | 2 | ,9 | 29 | 12,8 | 53 | 23,5 | 142 | 62,8 | 4,48 |

Araştırmanın 1. sorusu, MYO öğrencilerinin KSS projelerine yaklaşımları sorgulanmaktadır: Yanıtlar tablo 2'de yer alan veriler aşağıdaki gibidir:

Türkiye'nin eğitim alanında kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapılmasına ihtiyacı vardır görüşüne katılımcıların %69,9'u (n: 158) kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir.

Sağlık alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin öncelikli olması gerekir diyenlerin oranı %62,8 (n: 142) dir.

“Türkiye'de toplumsal meselelere yönelik (kadına şiddet, kız çocuklarının okula yollanmaması, istismar gibi) konularda şirketler yeteri kadar sorumluluk almamaktadır” diyenlerin oranı %61,5 (n: 139) dir.

Çevre alanında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin daha fazla yapılması gereklidir % 60,6 (n: 137) kesinlikle katılıyorum yanıtını vermiştir.

Elde edilen veriler ışığında kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde öncelik sırası, eğitim, sağlık, toplumsal meseleler ve son olarak çevre olmak üzere sıralanmaktadır. Katılımcılar en fazla eğitim alanında projelerin olmasını gerektiğini ifade ederken, en az düşük puanlamayı çevre ile ilgili projeler almıştır.

Tablo 4: KSS Projeleri'nin inandırıcılıklarına Yönelik Yaklaşımların Katılım Düzeyi ve Ortalaması

| | Kesinlikle Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Kararsızım | | Katılıyorum | | Kesinlikle Katılıyorum | | Ortalama |
|--|-------------------------|------|--------------|------|------------|------|-------------|------|------------------------|------|----------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | |
| Eğitim alanında yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projelerini inandırıcı bulurum | 9 | 4,0 | 12 | 5,3 | 61 | 27,0 | 72 | 31,9 | 72 | 31,9 | 3,82 |
| Kurumlar çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığında bunu inandırıcı bulurum | 6 | 2,7 | 11 | 4,9 | 53 | 23,5 | 89 | 39,4 | 67 | 29,6 | 3,88 |
| Kurumların çevre ile ilgili Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapması beni şüpheye düşürür | 65 | 28,8 | 40 | 17,7 | 46 | 20,4 | 39 | 17,3 | 36 | 15,9 | 2,74 |
| İşletmeler çevre ile ilgili KSS projesi yaptığında çevreyi kirlettiği ve bu açığı kapadığını düşünürüm | 27 | 11,9 | 32 | 14,2 | 75 | 33,2 | 45 | 19,9 | 47 | 20,8 | 3,23 |
| Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi pazarlama amacı güderse yada koşullu satış yaparsa inandırıcı bulmam | 9 | 4,0 | 17 | 7,5 | 64 | 28,3 | 45 | 19,9 | 91 | 40,3 | 3,85 |
| Bir Kurumsal sosyal sorumluluk projesine destek sağlamak satış veya satın alma şartına bağlandığında o proje inandırıcı gelmez | 14 | 6,2 | 14 | 6,2 | 68 | 30,1 | 42 | 18,6 | 88 | 38,9 | 3,78 |
| Bir davranış oluşturma yada bir davranış geliştirmek için yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri inandırıcı değildir | 45 | 19,9 | 40 | 17,7 | 68 | 30,1 | 29 | 12,8 | 44 | 19,5 | 2,94 |
| Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinin tüm işletme tarafından kabul görüp görmediği, çalışan ve paydaşlarla birlikte yürütülmesi inandırıcılığı artırır | 1 | ,4 | 7 | 3,1 | 61 | 27,0 | 58 | 25,7 | 99 | 43,8 | 4,09 |
| Kurumların kendi menfaatleri doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığını düşünürüm | 14 | 6,2 | 17 | 7,5 | 86 | 38,1 | 47 | 20,8 | 62 | 27,4 | 3,56 |

Araştırmanın 2. sorusu, MYO öğrencilerinin KSS projelerinin inandırıcılığına yönelik yaklaşımları nasıldır? Sorusuna yönelik oranlar aşağıdaki gibidir:

Eğitim alanında yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projelerini inandırıcı bulurum, diyen katılımcılar %73,8 (n: 144) ile en fazla inandırıcı bulunan projeler olarak görülmektedir.

Kurumlar çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığında bunu inandırıcı bulurum % 69 (n: 156).

Kurumların çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapması beni şüpheye düşürür ifadesine % 46,5 (n: 105) katılmamaktadır, buna karşın % 33,2 (n: 75) bu ifadeye katılmaktadır. İfade olumsuz olarak sorulmasına karşın öğrencilerin çevre ile ilgili projelere karşı şüpheli davranmadıkları görülmektedir.

“İşletmeler çevre ile ilgili KSS projesi yaptığında çevreyi kirlettiği ve bu açığı kapadığını düşünürüm” ifadesine katılım, %46,5 (n: 92) iken %26,1 (n: 26) bu ifadeye katılmamaktadır. Çevre ile ilgili KSS projesi yapılmasıyla şüpheye düşmemelerine rağmen kurumların yaptıkları kurumların çevre kirliliğine sebebiyet verdikleri için KSS projeleri tasarladıklarına inandıklarını ifade etmektedirler.

“Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi pazarlama amacı güderse ya da koşullu satış yaparsa inandırıcı bulmam” ifadesine % 60,2 (n: 136) katılmaktadırlar. Bu veriler doğrultusunda işletmelerin çeşitli koşullara bağlanarak yaptıkları yardımlar ya da KSS projeleri hedef kitle tarafından olumlu karşılanmadığını ifade etmek mümkündür.

“Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesine destek sağlamak satış veya satın alma şartına bağlandığında o proje inandırıcı gelmez” ifadesine katılanların oranı % 57,5 dir (n:130).

“Bir davranış oluşturma ya da bir davranış geliştirmek için yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri inandırıcı değildir” ifadesine katılım % 32,3 (n: 73) iken katılımcıların %37,6 (n: 85) Davranış geliştirmek için yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini inandırıcı bulmaktadır.

“Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinin tüm işletme tarafından kabul görüp görmediği, çalışan ve paydaşlarla birlikte yürütülmesi inandırıcılığı artırır” diyenlerin oranı %69,5 (n:157) iken katılımcıların yalnızca %3,5 (n: 8) bu ifadeye katılmamaktadır. Bu ifade ile bir KSS projesinin kurumun tümü tarafından kabul gördüğünün hedef kitleye aktarılması bireylerin algısını olumlu etkilemektedir denilebilir. Bu nedenle yapılan projelerin hem çalışanlar hem de paydaşlar ile birlikte yürütülmesi önemlidir.

“Kurumların kendileri menfaatleri doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığını düşünürüm” ifadesine katılanların oranı %48,2 dir (n: 109). Katılımcılar yapılan projelerin şirketlere olumlu yansıdığını düşündüklerini ifade etmek mümkündür.

Tablo 5: KSS Projeleri'nin Türlerine Yönelik İfadelerin Cinsiyet Açısından İncelenmesi

| Cinsiyet | n | Sıra Ort | U | p |
|--|-------|----------|--------|----------------|
| Eğitim alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin öncelikli olması gerekir | Erkek | 104 | 110,48 | 6029,500 ,467 |
| | Kadın | 122 | 116,08 | |
| Eğitim alanında yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projelerini inandırıcı bulurum | Erkek | 104 | 110,58 | 6040,500 ,517 |
| | Kadın | 122 | 115,99 | |
| Sağlık alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk Projelerinin öncelikli olması gerekir | Erkek | 104 | 102,17 | 5165,500 ,005* |
| | Kadın | 122 | 123,16 | |
| Türkiye'nin sağlık alanında Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapmaya ihtiyacı var | Erkek | 104 | 109,00 | 5876,000 ,260 |
| | Kadın | 122 | 117,34 | |
| Çevre alanında Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin daha fazla yapılması gereklidir | Erkek | 104 | 112,48 | 6237,500 ,802 |
| | Kadın | 122 | 114,37 | |

| | | | | | |
|--|-------|-----|--------|----------|-------|
| Türkiye'nin eğitim alanında Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapılmasına ihtiyacı var | Erkek | 104 | 110,97 | 6080,500 | ,504 |
| | Kadın | 122 | 115,66 | | |
| Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin çevre alanında daha fazla yapılması gerekir | Erkek | 104 | 113,27 | 6320,500 | ,958 |
| | Kadın | 122 | 113,69 | | |
| Türkiye'de toplumsal meselelere yönelik (kadına şiddet, kız çocuklarının okula yollanmaması, istismar gb) konularda şirketler yeteri kadar sorumluluk almamaktadır | Erkek | 104 | 104,92 | 5452,000 | ,036* |
| | Kadın | 122 | 120,81 | | |
| Toplumsal meselelerin çözümünde Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin önemi fazladır | Erkek | 104 | 116,98 | 5982,500 | ,429 |
| | Kadın | 122 | 110,54 | | |
| Kültür Sanat alanında yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yeterlidir | Erkek | 104 | 124,70 | 5179,000 | ,015* |
| | Kadın | 122 | 103,95 | | |
| Kültür sanat alanında yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin çok öncelikli olması gerekmez | Erkek | 104 | 126,52 | 4990,000 | ,005* |
| | Kadın | 122 | 102,40 | | |

p* < 0,05

Araştırmanın 3. sorusu, MYO öğrencilerinin KSS projelerine yaklaşımında cinsiyetleri anlamlı bir fark yaratır mı? sorusuna yönelik oranlar aşağıdaki gibidir:

“Sağlık alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin öncelikli olması gerekir” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Kadınların “sağlık alanında yapılan sosyal sorumluluk projelerinin öncelikli olması gerekir” ifadesine katılımı erkeklere oranla daha yüksektir.

“Türkiye'de toplumsal meselelere yönelik (kadına şiddet, kız çocuklarının okula yollanmaması, istismar vb) konularda şirketler yeteri kadar sorumluluk almamaktadır” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Kadınların ifadeye katılım düzeyleri erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

“Kültür-sanat alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yeterlidir” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Erkek katılımcıların bu ifadeye katılım oranı kadınlara oranla daha yüksektir. Elde edilen bulgular sonucu kadın katılımcıların kültür-sanat alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini yeterli görmedikleri görülmektedir.

“Kültür-sanat alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin çok öncelikli olması gerekmez” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Erkek katılımcılar kültür-sanat alanında yapılan çalışmaların öncelikli olması gerektiği ifadesine katılımı kadın katılımcılara oranla daha yüksektir.

Tablo 6: Cinsiyete Göre KSS Projelerine Yönelik Güvene İlişkin İfadelerin İncelenmesi

| Cinsiyet | n | Sıra Ort | U | p | |
|---|-------|----------|--------|----------|-------|
| Kurumlar çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığında bunu inandırıcı bulurum | Erkek | 104 | 115,06 | 6181,500 | ,727 |
| | Kadın | 122 | 112,17 | | |
| Kurumların çevre ile ilgili Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapması beni şüpheye düşürür | Erkek | 104 | 127,92 | 4844,500 | ,002* |
| | Kadın | 122 | 101,21 | | |
| | Erkek | 104 | 122,90 | 5366,500 | ,040* |

| | | | | | |
|--|-------|-----|--------|----------|-------|
| İşletmeler çevre ile ilgili KSS projesi yaptığında çevreyi kirlettiği ve bu açığı kapadığını düşünürüm | Kadın | 122 | 105,49 | | |
| Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi pazarlama amacı güderse yada koşullu satış yaparsa inandırıcı bulmam | Erkek | 104 | 121,08 | 5555,500 | ,090 |
| | Kadın | 122 | 107,04 | | |
| Bir Kurumsal sosyal sorumluluk projesine destek sağlamak satış veya satın alma şartına bağlandığında o proje inandırıcı gelmez | Erkek | 104 | 125,24 | 5123,000 | ,009* |
| | Kadın | 122 | 103,49 | | |
| Bir davranış oluşturma yada bir davranış geliştirmek için yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri inandırıcı değildir | Erkek | 104 | 127,50 | 4888,000 | ,002* |
| | Kadın | 122 | 101,57 | | |
| Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinin tüm işletme tarafından kabul görüp görmediği, çalışan ve paydaşlarla birlikte yürütülmesi inandırıcılığı artırır | Erkek | 104 | 119,23 | 5748,500 | ,195 |
| | Kadın | 122 | 108,62 | | |
| Kurumların kendileri menfaatleri doğrultusunda kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığını düşünürüm | Erkek | 104 | 118,73 | 5800,000 | ,246 |
| | Kadın | 122 | 109,04 | | |

p* < 0,05

Araştırmanın 3. sorusu, MYO öğrencilerinin KSS projelerinin inandırıcılığına yönelik yaklaşımında cinsiyetleri anlamlı fark yaratır mı?:

“Kurumların çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yapması beni şüpheye düşürür” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Bu ifadeye katılım düzeyi erkek katılımcılarda daha yüksektir. Erkek katılımcılar çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projelerine yönelik şüphesi kadın katılımcılara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

“İşletmeler çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığında çevreyi kirlettiği ve bu açığı kapadığını düşünürüm” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Erkek katılımcıların bu ifadeye katılım düzeyleri daha yüksektir. Erkek katılımcılar işletmelerin çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapmasını, o işletmenin çevreyi kirlettiği ve bu açığını kapattığı düşüncesi kadınlara oranla daha yüksektir.

“Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesine destek sağlamak satış veya satın alma şartına bağlandığında o proje inandırıcı gelmez” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Erkek katılımcılar bir satış ve satın alma şartına bağlanan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini kadın katılımcılara oranla daha az inandırıcı bulmaktadır.

“Bir davranış oluşturma ya da bir davranış geliştirmek için yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri inandırıcı değildir” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir (p<0,05). Bu ifadeye katılım düzeyi erkek katılımcılarda kadın katılımcılara oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 7: İfadelere Katılım Düzeyinde Okudukları Programlara Göre İnandırıcılık Dağılım Durumu

| Okuduğunuz Program? | n | Sıra Ort | X2 | p | |
|--|---------------------------------------|----------|--------|--------|-------|
| Eğitim alanında yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projelerini inandırıcı bulurum | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 111,33 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 133,66 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 105,96 | 12,092 | ,017* |
| | Lojistik | 34 | 89,88 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 113,87 | | |
| Kurumlar çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığında bunu inandırıcı bulurum | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 100,98 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 129,52 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 113,36 | 6,818 | ,146 |
| | Lojistik | 34 | 101,78 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 109,00 | | |
| Kurumların çevre ile ilgili Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapması beni şüpheye düşürür | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 98,53 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 98,35 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 125,77 | 8,757 | ,067 |
| | Lojistik | 34 | 122,06 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 123,01 | | |
| İşletmeler çevre ile ilgili KSS projesi yaptığında çevreyi kirlettiği ve bu açığı kapadığını düşünürüm | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 101,62 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 115,94 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 120,42 | 4,678 | ,322 |
| | Lojistik | 34 | 125,44 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 101,43 | | |
| Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi pazarlama amacı güderse ya da koşullu satış yaparsa inandırıcı bulmam | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 116,65 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 109,97 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 114,29 | 1,162 | ,884 |
| | Lojistik | 34 | 107,01 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 119,95 | | |
| Bir Kurumsal sosyal sorumluluk projesine destek sağlamak satış veya satın alma | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 123,80 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 106,97 | 3,853 | ,426 |

| | | | | | |
|--|---------------------------------------|----|--------|--------|-------|
| şartına bağlandığında o proje inandırıcı gelmez | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 111,95 | | |
| | Lojistik | 34 | 103,59 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 124,46 | | |
| Bir davranış oluşturma ya da bir davranış geliştirmek için yapılan Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri inandırıcı değildir | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 135,67 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 90,24 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 117,55 | 13,233 | ,010* |
| | Lojistik | 34 | 117,03 | | |
| Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinin tüm işletme tarafından kabul görüp görmediği, çalışan ve paydaşlarla birlikte yürütülmesi inandırıcılığı artırır | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 122,91 | | |
| | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 103,33 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 121,47 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 112,41 | 6,504 | ,165 |
| Kurumların kendileri menfaatleri doğrultusunda Kurumsal sosyal sorumluluk projesi yaptığını düşünürüm | Lojistik | 34 | 94,78 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 124,26 | | |
| | Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 114,87 | | |
| | Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 104,02 | | |
| | İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 126,75 | 3,978 | ,409 |
| | Lojistik | 34 | 113,96 | | |
| | Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 109,87 | | |

Araştırmanın 4. sorusu, “MYO öğrencilerinin KSS projelerinin inandırıcılığına yönelik yaklaşımlarında okudukları programlar anlamlı fark yaratır mı?” sorusuna yönelik oranlar:

“Eğitim alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini inandırıcı bulurum” ifadesine katılım okunulan programa göre farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Elde edilen sonuçlara göre katılımcılardan Hakla İlişkiler ve Tanıtım okuyanlarda bu ifadeye katılım en yüksek 133,66 iken (n: 62), Lojistik okuyanlarda 89,88 (n: 34) en düşüktür. Elde edilen sonuçlara göre Halkla İlişkiler Ve Tanıtım programında okuyan öğrencilerin eğitim alanında yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini diğer program öğrencilerine göre daha inandırıcı bulduğu görülmektedir.

“Bir davranış oluşturma yada bir davranış geliştirmek için yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projeleri inandırıcı değildir” ifadesine katılım okunulan programa göre farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Bu ifadeye katılım Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı okuyan katılımcılarda bu ifadeye katılım en yüksek 135,67 iken (n: 30), Hakla İlişkiler ve Tanıtım programında okuyan katılımcılarda bu oran 90,24 (n: 62) en düşüktür. Katılımcılar arasında Halkla İlişkiler Ve Tanıtım programında okuyan katılımcıların bir davranış oluşturma yada bir davranış geliştirmek için yapılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini diğer programlarda okuyan katılımcılara oranla daha inandırıcı bulduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 8: Öğrencilerin Bir Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesini Katkı Sağlamak İsteme Düzeyleri

| Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum | Ortalama |
|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|----------|
|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|----------|

| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | |
|---|---|-----|----|-----|----|------|----|------|-----|------|------|
| Bir Kurumsal sosyal sorumluluk projesinin içerisinde bulunmak isterim | 6 | 2,7 | 11 | 4,9 | 53 | 23,5 | 45 | 19,9 | 111 | 49,1 | 4,08 |

Araştırmanın 5. sorusu, “MYO öğrencileri KSS projelerinde görev almak ister mi?” sorusuna yönelik oranlar aşağıdaki gibidir:

Ankete katılan öğrencilerden bir KSS projesinde görev almak isteyenlerin oranı % 69 (n156) oranındadır. Oldukça yüksek bir oranla öğrenciler kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde yer almak istemektedirler.

Tablo 9. Okudukları Programlara Göre Öğrencilerin Bir Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesini Katkı Sağlamak İsteme Düzeyleri

| Okuduğunuz Program? | n | Sıra Ort | X2 | p |
|---|----|----------|--------|-------|
| Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı | 30 | 114,78 | | |
| Hakla ilişkiler ve Tanıtım | 62 | 137,18 | | |
| Bir Kurumsal sosyal sorumluluk projesinin içerisinde bulunmak isterim | 53 | 107,70 | 15,106 | ,004* |
| İş Sağlığı ve Güvenliği | 53 | 107,70 | | |
| Lojistik | 34 | 103,29 | | |
| Sivil Savunma ve İtfaiyecilik | 47 | 95,37 | | |

“Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinin içerisinde bulunmak isterim” ifadesine katılım okunulan programa göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Elde edilen bulgulara göre, Hakla İlişkiler ve Tanıtım okuyan katılımcıların bu ifadeye katılım 137,18 (n: 62) en yüksek iken Sivil Savunma ve İtfaiyecilik okuyan katılımcılarda bu oran 97,37 (n: 47) en düşüktür.

Tablo 10. Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Bir Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesini Katkı Sağlamak İsteme Düzeyleri

| Cinsiyet | n | Sıra Ort | U | p |
|---|-----------|----------|----------|-------|
| Bir Kurumsal sosyal sorumluluk projesinin içerisinde bulunmak isterim | Erkek 104 | 101,19 | 5064,000 | ,005* |
| | Kadın 122 | 123,99 | | |

“Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinin içerisinde bulunmak isterim” ifadesine katılım cinsiyete göre farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Elde edilen sonuçlara göre kadın katılımcıların kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin içerisinde bulunma isteği erkek katılımcılara oranla daha yüksektir. Cinsiyete göre katılım düzeylerinde anlamlı bir fark bulunmaktadır.

SONUÇ

Halkla ilişkilerin en önemli amaçlarından biri, örgütün özel çıkarları ile hedef kitlenin ve toplumun çıkarları arasında denge sağlayabilmektir (Grunig,2005: 259). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını, halkla ilişkiler perspektifinden değerlendirdiğimizde hedef kitlenin çıkarları düşünerek gerçekleştirilen, inandırıcılığı yüksek ve sosyal sorumluluk bilinci ile tasarlanan KSS projeleri hedef kitle ile arada bir bağ kurabilmektedir. Halkla ilişkilerin uygulama biçimlerinden biri olan sosyal sorumluluk, hedef kitlesi ile işletme arasında bir köprü vazifesi görebilmelidir.

Toplum tarafından yetersiz görülen alanlarda KSS projeleri gerçekleştirmek ve toplumun sorunlarına yönelerek hareket etmek gerekmektedir. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler öncelikli olarak toplumun sorunlarına yönelik eksikliklerin giderilmesi gerektiğini verdikleri yanıtlar ile dile getirmektedir. Özellikle eğitim, sağlık, çevre gibi temel sorunların çözümü için projelere öncelik istemektedirler. Daha sonraki aşamada kültür-sanat faaliyetleri yer almaktadır. Bu nedenle ülkelerin sorunlarına duyarlılık gösteren projeler gerçekleştirmek önemli hale gelmektedir.

İşletmeler KSS projeleri tercihlerinde toplumun önceliklerini göz önünde bulundurması ve bu doğrultuda projeler üretmesi ya da projelere destek olması hedef kitle açısından olumlu karşılandığını söylemek mümkündür. Bir diğer önemli nokta ise, gerçekleştirilen projelerde çalışanların desteğinin alınmasıdır. Tüm çalışanların katılımıyla yapılan projelerin daha inandırıcı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. MYO öğrencilerinin büyük çoğunluğu bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinde görev almak istemektedir. Özellikle Halkla İlişkiler ve Tanıtım programı öğrencileri büyük oranda KSS projelerine dahil olmak istemektedirler.

Araştırmaya katılan öğrenciler, çevre ile ilgili kurumsal sosyal sorumluluk projesi yapıldığında şüpheye düşmemediklerini ifade etmektedirler. Ancak, katılımcılar kurumların yaptıkları kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile çevre kirliliğine sebebiyet verdikleri için bu alanda projeler tasarladıkları inancındadırlar. Ayrıca bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi şirketin tüm çalışanları tarafından desteklendiğinde tüm işletme tarafından kabul gördüğü algısı oluşmaktadır. Tüm işletme tarafından kabul gören projelerin inandırıcılığının daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Hayata geçirilen projelerin şirketle organik bağı olan tüm paydaşlarla birlikte yürütülmesi olumlu bir imaj oluşturmaktadır. Bu nedenle işletmelerin bir proje planı yaparken tüm kurumun onaylayabileceği ve katkı sağlayabileceği alanlara yönelmeleri hatta kendi faaliyet alanlarına uygun projeler yaparak çalışanları da projeye dahil etmeleri başarı için önemli olmaktadır.

Bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinden daha spesifik sonuçlar elde etmek için markalar ve gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri örnekleri üzerinden anket soruları oluşturmak ve tek tek proje değerlendirmesi yapılabilecek bir grup odak görüşmesi gerçekleştirmek mümkündür. Bu açıdan bir ya da daha fazla KSS projesini ele alarak proje bazlı inandırıcılık ve etki analizi yapılabilir.

Bir sosyal sorumluluk projesi satış koşulu taşıyorsa bu proje olumsuz karşılanmakta ve şirketlerin satış niyeti taşıdığı algısı oluşmaktadır. Bu niyette olan şirketlerin temelinde sosyal sorumluluk bilinci ile hareket etmedikleri algısı da oluşmaktadır. Markalar gerçekleştirilen projeler ile halkla ilişkiler hedeflerine ulaşma imkânı bulmaktadır. En önemli halkla ilişkiler hedefi olarak görülen imaj, yapılan projelerin hedef kitle tarafından inandırıcı olarak algılanması sonucunda olumlu olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Carroll, Archie B. ve Kareem M. Shabana, (2010) “The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice”, *International Journal of Management Reviews*, Vol.12 No.1, DOI: 10.1111/j.1468-2370.2009.00275, pp. 85-105
- Carroll, Archie B., (1979) “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *The Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4, pp. 497-505
- Carroll, Archie B., (1991) “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders”, *Business Horizons*, Vol.34, No.4, pp.39-48
- Carroll, Archie B., (1999) “Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct”, *BUSINESS & SOCIETY*, Vol. 38 No. 3, pp.268-295
- Coşkun, Gül, (2010) *Kurumsal Pazarlama ve Sosyal Sorumluluk*, Nobel Yayınları, İstanbul.
- Göztaş Aylin ve E. Pelin Baytekin, (2009) “Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ile Çocukların Bilinçlendirilmesi ve Eğitimi Türkiye’den Bir Uygulama Örneği: Aygaz ‘Dikkatli Çocuk’ Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”, *Journal of Yasar University*, 4(13), s.1997-2015
- Grunig, James.E., *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, çev. Elif Özsayar, (2005) Rota Yayınları, İstanbul
- Kotler Philip, ve Nancy R Lee, (2006) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, MediaCat, İstanbul.
- Kotler, Philip ve diğ., (2012), *İyi Şirket, Optimist*, İstanbul.
- Miraç Zeynep, (2015), *Okuyan Kızlar Aydınlar*, Elma Basım, İstanbul.
- Okay Ayla ve Aydemir Okay, (2010) *Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, DER Yayınları, İstanbul.
- Özdemir, Hilal, (2009) “Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Marka İmajına Etkisi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:8 Sayı:15 Bahar, s.55-72.
- Peltekoglu Balta, Filiz ve Emel Tozlu, (2017) *Halkla İlişkiler ve Gönüllülük Ekseninde Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri ve Bin Yıl Kalkınma Hedefleri*, Selçuk İletişim, 10 (1), s.5-31
- Peltekoglu Balta, Filiz, (2012) *Halkla İlişkiler Nedir?*, 7. bs., Beta Yayınları, İstanbul.
- Peltekoglu Balta, Filiz, (2018) *Halkla İlişkiler Nedir?*, 10. bs., Beta yayınları, İstanbul.
- Sosyal Sorumluluk Platformu, <http://www.sosyalsorumluluk.org/ayisigi/>, 11/04/2016

Konya İlinde Bulunan Özel Hastanelerdeki Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Akademik Personele Yönelik Araştırma¹

Measurement Of Service Quality In Private Hospitals In City Of Konya: Research For Academic Personnel

Büşra GÜLER *
Saadettin Erhan KESEN **

ÖZ

Hastanelerin sürekli gelişme göstererek kalitelerini artırmak, hastanın ihtiyaç ve beklentilerine cevap vermek sağlık sistemi içerisindeki rolünün gereğidir. Artan rekabete sahne olan sağlık sektöründe hastaneler başarılı olabilmek için teknolojik gelişmelere dayalı hizmet kalitesini artırmalıdır. Hastanelerdeki hizmet kalitesinin yükselmesi hastaların memnuniyet düzeyinin artmasını ve rekabette öne geçmelerini sağlayacaktır. Bu çalışmada Konya'da bulunan özel hastanelerin sundukları hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Konya'da bulunan devlet üniversiteleri Konya Teknik, Selçuk ve Necmettin Erbakan üniversitelerinde çalışmakta olan akademik personel araştırmanın örneklem grubunu oluşturmuştur. Akademik personelin özel hastanelerdeki hizmet kalitesi boşluğu (algılama-beklenti) SERVQUAL (Service Quality Scale-Hizmet Kalitesi Ölçeği) ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Veriler SPSS 20 istatistiksel paket programı kullanılarak hizmet kalite boşluğu üzerinden analiz edilerek yorumlanmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Hasta Memnuniyeti, Kalite, Sağlıkta Hizmet Kalitesi, SERVQUAL

ABSTRACT

Continuing quality improvement, meeting the needs and expectations of patients are the necessary roles of hospitals in healthcare system. In the increasingly competitive health sector, hospitals require to increase their service quality levels based on technological developments in order to be successful and sustainable, leading to an increase in the satisfaction level of the patients and forefront in the competition. The aim of this study is to evaluate the service quality of private hospitals operating in city of Konya. The academic personnel working in the state universities of Konya Technical, Selçuk and Necmettin Erbakan are the sample groups of the study. The service quality gap (perception-expectation) of the academic personnel in the private hospitals is evaluated using the SERVQUAL (Service Quality Scale) scale. The data are analyzed and interpreted using the SPSS 20 statistical package software over the service quality gap.

KEYWORDS

Patient Satisfaction, Quality, Quality Of Health Service, SERVQUAL.

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 14.05.2019 | 22.08.2019 |
| Atf | Güler, B. ve Kesen, S. E. (2019). Konya İlinde Bulunan Özel Hastanelerdeki Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: Akademik Personele Yönelik Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 526-539. |

¹ Bu makale Büşra GÜLER'in Konya Teknik Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı'nda aynı adla yürüttüğü yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Konya Teknik Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, 03busraguler@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5604-6572

** Doç. Dr., Konya Teknik Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, sekesen@ktun.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9994-5458

GİRİŞ

Dünyada insan hakları ve demokrasi alanında sağlanan kazanımlar sağlık sektöründe de insana verilen önemin artmasına, kalkınmanın temel güçlerinden birinin insan olduğu yaklaşımının yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Hizmet sektöründe müşteri beklentilerinin değişmesi, yönetimde demokratik yaklaşım tarzının yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Saran, 2004:13). İnsanın sağlıklı ve kaliteli bir hayat sürdürmesi ve çalışma hayatında verimliliğinin artırılması için sağlık hizmetlerinin ulaşılabilir olması ve beklentileri karşılayabilmesi önemlidir.

Bireylere ve topluma verilen sağlık hizmet kalitesinin seviyesini yükseltmek sağlık kurumlarının temel amacıdır. Maddi ve insan kaynaklar iyi planlanmalı, örgütlenmeli, verimli hale getirmeli, uluslararası kalite standartlarını benimseyerek denetlenmelidir (Karahana ve Özgür, 2011:1). Kaliteyi yükseltmek için yapılması gerekenler arasında en önemli girdi hizmet kalitesini ölçmektir (Mohebifar ve diğ., 2016). Algılanan hizmet kalitesi, hasta memnuniyetinin en önemli belirleyicisidir.

Hastaneler toplumun sağlık ihtiyaçlarını karşılamak, sürdürmek ve teşvik etmek amacıyla sağlık hizmeti sunumuna odaklanmıştır (Shafii ve diğ., 2016). Hastanelerin temel misyonu, hastalar için yüksek kalitede sağlık hizmeti sunmak ve ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaktır (Rezaei ve diğ., 2016). Yüksek hizmet kalitesi sağlamak, sağlık sistemlerinin temel işlevlerinden biridir (Mohebifar ve diğ., 2016). Rekabet şansını artıran faktörlerden biri, hastanelerde sunulan hizmetin kalitesini arttırmaktır (Bahadori ve diğ., 2014). Hastanelerin başarısı; hastaların beklentilerine, algılarına ve sunduğu hizmetlerin kalitesine yönelik planlarına bağlıdır (Nadi ve diğ., 2016). Hasta memnuniyeti sağlık hizmetinin önemli bir çıktısı olmasının yanında, yapılan araştırmalar sayesinde hastaların beklentilerinin karşılanma düzeylerinin belirlenmesiyle sağlık hizmet sunumu ve kalitesinin artırılmasını sağlamaktadır (Mollahaliloğlu ve diğ., 2011: IX-XIII). Yapılan araştırmalarda hasta memnuniyetinin artmasını sağlayan faktörler arasında hastaya ayrılan zamanı artırmak önemli yer teşkil etmektedir.

Sağlık hizmeti rekabet ortamında kalitenin ölçülmesi, bu kuruluşlar için ihmal edilemeyecek bir gereklilik olması yanında hasta memnuniyetinin artmasını sağlayacaktır (Bahadori ve diğ., 2014). Servis kalitesi memnuniyetini ölçmek için en yaygın kullanılan araçlardan biri Hizmet Kalitesi Ölçeği (SERVQUAL) ölçeğidir (Omid ve diğ., 2017).

Ülkemizde verilen sağlık hizmetlerinin kaliteli ve Avrupa ülkelerine göre daha ekonomik olması sağlık turizminin genel turizm içindeki payının giderek artmasına imkân sağlarken sağlık hizmetleri dışında başka sektörlerle de ekonomik getiri sağlamaktadır. Orta Asya ülkeleri, Balkan ülkeleri, İngiltere, Hollanda, Kanada, Fransa, Almanya gibi ülkelerden tedavi amacıyla misafirler gelmekte ve şifa ile ülkelerine uğurlanmaktadır (Tontuş, 2017).

1.KALİTE VE HİZMET KAVRAMI

Önceleri sanayi üretimi ile ilgili bir kavram olarak kullanılan kalite, hizmetin üretilen bir değer olarak kabul görmesiyle birlikte hizmet kalitesi olarak gündeme gelmeye başlamıştır (Saran, 2004:49). Kalite insanların ulaşmayı amaçladıkları iyiyi, güzeli sunmayı ve onların mutluluğunu amaçlar. Kalite “mal ve hizmetlerin öngörülen kalite niteliklerinin” sağlanmasıyla sınırlı olmayıp insan hayatında büyük önem taşıyan demokrasi, adalet, eğitim, sağlık, kazanç ve bir kısım etik değerleri de bünyesinde barındıran gelişmeyi ve mükemmelle ulaşmayı amaçlayan bir olgudur (Taptık ve Keleş, 1998:173-174).

Kalite bir mal veya hizmetin ihtiyaçları karşılayabilme yeteneğinin tümüdür veya kalite “müşteri memnuniyetinin ölçüsüdür” (Saran, 2004:48-49) ifadesiyle açıklanmaktadır. Kaliteyi bazen kullanıma uygunluk olarak tanımlanırken bazen de ihtiyaçlara uygunluk olarak ifade edilebilmektedir. Tanımların üzerinde durdukları genel konu müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasıdır (Tütüncü, 2009:63).

Hizmet kalitesi dokunulamayan, üretim ve tüketimin eş zamanlı olduğu, mülkiyet açısından sahiplenilemeyen, öznel olarak değerlendirilebilen, müşteriye fayda sağlayan faaliyetler süreci olarak kabul edilmektedir (Yapraklı, 2006:6). Bir hizmetin kalitesi, beklentileri karşılayıp karşılamamasına göre iyi veya kötü olarak yorumlanabilir (Kıngır, 2010:39). Müşteri isteklerinin ölçülebilir değerler haline gelmesi kalitenin boyutunu oluşturur (Saran, 2004:51).

Hizmet kavramı soyut olup somut ürünler gibi satın almadan önce duyu organlarımızca göremediğimiz, koklayamadığımız, dokunamadığımız vb. şartları olan sonuçları deneyime dayanan bir performans, bir hareket olarak değerlendirilmektedir. Hizmet sahip olunan bir şey olmayıp tecrübe edilebilir niteliği olan müşterilerin satın aldıktan veya tükettikten sonra hizmetin niteliği hakkında kanaat sahibi oldukları alandır (Tütüncü, 2009:22-23). Hizmet kavramının tanımlanmasında hangi sunumların hizmet olarak kabul edileceği konusundaki fikir birliği sağlanamadığından ortak bir tanıma da ulaşılamamaktadır (Yapraklı, 2006:4). Yapılan tanımlamalarda hizmet, tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve tatmin edilmesi amacıyla ortaya

konulan öznel bir ürün olarak ifade edilirken, başka bir tanımında bir grubun diğerine sunabileceği bir şeyin mülkiyetini gerektirmeyen faaliyet ya da yarar olarak tanımlanmaktadır (Tütüncü, 2009:21).

İşletmeler hizmetin müşteri açısından önemi, rekabet durumu, maliyeti, sunum zamanı, hedef müşteri kitlesinin özellikleri dikkate alınarak esnek fiyatlandırma politikaları uygulanabilmektedir. Bazı araştırmalar fiyatlandırmayı rekabete, maliyete ve talebe dayalı olarak gruplandırmaktadır (Yapraklı, 2006:31-33).

1.1.Hizmet Kalitesi

Küreselleşme döneminde ortaya çıkan çok yönlü değişim dinamikleri dünyanın büyük bir bölümünde toplumun değer yargılarının, inançların kültürel yapılarının ciddi değişimlere uğramasına neden olmuştur (Saran, 2004:13). İhtiyaçların ve beklentilerin değişken bir yapıya sahip olması kalitenin standart bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır. Kalite kişilerin sosyal, ekonomik ve kültürel farklılıklarına bağlı olarak değişebilen farklı ihtiyaçlar ve beklentiler çerçevesinde şekillenen kişiye göre değişen bir kavramdır (Tütüncü, 2009:63). Artan ve çeşitlenen müşteri talepleri klasik insan yönetimi anlayışını temelden değiştirmiştir (Kıngır, 2010:135). Hastane deneyimi birçok insanda hayatın merkezini oluşturmaktadır (WHO-a, 2019). Hizmeti üreten şahısların takındığı tutum ve davranışlar hizmet kalitesini doğrudan etkilemektedir. Hizmetin kalitesini etkileyen diğer unsurlar arasında sunulduğu ortamın fiziksel özellikleri, zamanlaması, hizmeti sunanların konularında uzman olması, hizmetin süreklilik arz etmesi, güvenilir ve doğru olması şartları sıralanabilir. Hastanın sunulan hizmet hakkındaki görüşleri, memnuniyeti, hizmet kalitesinin belirlenmesinde oldukça önemlidir (Mollahaliloğlu ve diğ., 2011:1).

Hizmette kalite müşterinin beklentilerini karşılayacak seviyeye getirilmesini zorunlu kılmaktadır (Yapraklı, 2006:43). İşletmeler başarılarını ve müşteri potansiyelini kaybetmemek için toplam kalite yönetiminin “değişmeyen ölür” parolasının gereği olarak “yeterince iyi yeterli değildir” ilkesi doğrultusunda sürekli kendilerini yenilemeye çalışmaktadırlar (Tütüncü, 2009:79). Zorlu rekabet ortamında bir hizmetin geliştirilebilmesi için ölçülmesi gerekir zira “Ölçülemeyen şey geliştirilemez” (Kıngır, 2010:63). Sermayenin öncelikle kazancı hedeflemesi, ucuz işgücü ile maliyetleri düşürme isteği, emeğe gerekli değer verilmemesi standartların oluşmasına zemin hazırlamıştır (Tütüncü, 2009:229).

Hizmet kalitesinin ölçümünde değişik yaklaşımlar ve modeller ortaya konulmaktadır. Bu modellerden bazıları Gronroos’un Nordik Modeli, Parasuraman, Zeithaml ve Berry’nin SERVQUAL Ölçeği, Rust ve Oliver’in Üç Bileşenli Hizmet Kalitesi Modeli ve Teas’in Performans Değerlendirme Modeli’dir (Yapraklı, 2006:49).

Günümüz şartlarında hemen her alanda tüketicilerin beklentilerini karşılamaya yönelik ciddi bir rekabet yaşanmaktadır. Bu rekabetin temelinde “Müşteri nasıl memnun olur?” sorusuna cevap aranmaktadır. Müşterinin beklentilerine cevap veren ihtiyaçlarını ve beklentilerini makul, cezbedici fiyatlarla sunan (Taptık ve Keleş, 1998:143) veya indirimli, anlaşmalı gibi farklı fiyatlandırma seçenekleri sunarak müşteri portföyünü geliştiren işletmeler kazançlı olacaktır.

1.2.Sağlık Hizmetleri

“Bir tarafın diğerine sunduğu esas olarak dokunulamayan eylem ya da performans” olarak tarif edilen “insan ve makineler tarafından insan gayreti ile üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan fiziksel olmayan ürünler” olarak tarif edilen hizmet sektörünün 21. yüzyılda ekonomi içerisindeki payı giderek büyümüştür. Hizmet sektörü mikro ve makro açıdan dikkate değer bir önem taşımaktadır (Yapraklı, 2006:5-7). İletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler toplumu birçok alanda etkilediği gibi sağlık hizmetlerini de yakından etkilemiş, müşterilerin hizmetin sağlanması ve denetimi ile ilgili doğrudan bilgilendirilmesine imkan sağlamıştır (Saran, 2004:40-41).

Hastaneler bir açıdan bakıldığında hastalara ağırlama hizmeti sunmaktadır. Hizmet sektöründe ağırlama hizmetleri uluslararası rekabete konu olmakta, kuruluşları kaliteli hizmet sunmaya zorlamaktadır. Geçmişte rekabetler miktar ve maliyet esas alınarak yapılırken, günümüzde kalite rekabetin ana konusunu öncelikle kalite oluşturmaktadır (Tütüncü, 2009:1). Müşteri memnuniyetini ön plana çıkaran kalite merkezli yaklaşımlar sağlık sektöründe de yaygınlaşmaya başlamıştır (Saran, 2004:8). Sağlık sektörü yapılan hizmet sınıflandırma çalışmalarında arz edildikleri pazara göre hizmetler, sosyal hizmetler, birinci dereceden zorunlu hizmetler gibi sınıflama ölçüleri arasında yer almaktadır (Yapraklı, 2006:15-16).

2.SERVQUAL ÖLÇEĞİ

Parasuraman ve diğ., (1985) hizmet kalitesi modelinin geliştirilmesi için hizmet sektör yöneticileri ve müşteriler ile görüşmeler yapmışlardır. Bu görüşmeler sonucunda hizmet kalite boyutları ve müşteri beklentileri araştırılmıştır. Müşterilerin hizmeti beklenti/algı ölçütlerine göre; fiziksel özellikler, güvenilirlik,

isteklilik, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, güvenlik, ulaşılabilirlik, anlayış, iletişim başlıkları halinde 10 boyut belirlenmiştir.

Parasuraman ve diğ., (1986) Pazarlama Bilimleri Enstitüsü'nün desteğini sağlayarak hizmet kalitesini ölçmeye dayalı ölçeklerini geliştirmişlerdir. Bu ölçekte küçük değişiklikler yapılarak değişik hizmet sektörlerinde bu ölçeğin kullanılması hedeflenmiştir.

Parasuraman ve diğ., (1988) önceki çalışmaları olan SERVQUAL ölçeğini 10 boyuttan aşağıdaki gibi 5 boyuta indirmişlerdir.

1. **Fiziksel Özellikler:** Hizmet verilen bina, donanım, teçhizat, personelin fiziksel görünümüne ilişkin boyut.

2. **Güvenilirlik:** Hizmet çalışanlarının güvenilir ve doğru bir şekilde söz verilen hizmeti yerine getirebilme boyutu.

3. **Heveslilik:** Hizmet sağlanırken yardım etme ve hizmetin hızlı yapılması konusundaki istek boyutu.

4. **Güven:** Hizmet çalışanlarının bilgi, nezaket, güven duygusunu geçirebilme boyutu.

5. **Empati:** Hizmet veren kurumun hizmet alanlara gösterdiği kişisel ilgi boyutunu göstermesidir.

Hizmet sektöründe en yaygın kullanılan ölçek SERVQUAL ölçeğidir (Bobocea ve diğ., 2016). Bu ölçek bankacılık, kredi kartı, onarım ve bakım, telefon hizmetleri sektörlerinde test edilmiştir. SERVQUAL'in son hali 22 çift beklenen/algılanan maddeden oluşmaktadır (Parasuraman ve diğ., 1988).

Sağlık sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti rekabet avantajının önemli bileşenleridir (Manulik ve diğ., 2016). Sağlık kuruluşları başarılı olabilmek için rekabet baskısı ve maliyet değerleri nedeniyle doğru bir ölçüm ölçeği tanımlayarak hizmet kalitesini tanımlamalıdır. Sağlık hizmetlerinde SERVQUAL ölçeğini uygulamak, günümüzde her yönetici veya politika hazırlayan için önemli bir unsurdur (Bobocea ve diğ., 2016). Hastalara göre beklenen kaliteyi ve sağlanan hizmetlerin kalitesini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılmaktadır (Manulik ve diğ., 2016).

Bakım kalitesinde hastanın bakış açısı ile bakımın kalitesinin sorgulanması ve iyileştirmek için gereken reformları tartışmak giderek önemli hale gelmiştir. Sağlık hizmet kalitesini değerlendirerek hastaların bakım kalitesini nasıl algıladığını anlamak, hızlı değişen ve giderek daha rekabetçi bir pazar olan sağlık sektöründe çok önemlidir. Hasta ihtiyaçlarının karşılanması, sağlık standartlarının oluşturulması aşamasında SERVQUAL ölçeği hastalara kendilerine verilen bakımın kalitesiyle ilgili görüşlerini açıklamalarına olanak sağlayacak ve karar vericilere hastaların isteklerine yönelik bakım kalitesini artırmak için bir fırsat sağlayacaktır (Nyandwe ve diğ., 2017).

Parasuraman ve diğ., (1988) SERVQUAL ölçeğinin "belirli bir organizasyonun özelliklerine veya özel araştırma ihtiyaçlarına uyacak şekilde uyarlanabilir veya desteklenebilir" olduğunu belirtmişlerdir. Babakus ve Mangold (1992), hastanedeki hizmet kalitesinin SERVQUAL ölçeği ile uyumluluğunu değerlendirmişlerdir. Akademisyenler ve hastane yönetim ekibi ile yapılan çalışmada SERVQUAL aracının hastane hizmetlerine uygunluğunu ve sorulara rahat cevap verebilme kriterleri esas alınmıştır. Ortak kararlarla hizmet kalitesinin beş boyutunu içeren 22 çift beklenti/algı maddesi, 7'li likert tipi soru içeren SERVQUAL ölçeğinden yapılan testler sonucunda hastaneyle ilgili 15 çift beklenti/algı maddesine ve 5'li likert tipi soruya indirgenmiştir. 5'li likert tipi soru tercih nedenleri ise hastane yönetiminin hastaların hayal kırıklığının azalacağı ve sonucunda da cevaplama oranının ve kalitesinin artacağı fikrine dayanmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nin güneyinde faaliyet gösteren hastanelerden taburcu edilen hastalara uygulanan anket verilerine güvenilirlik, korelasyon ve faktör analizleri ile geçerlilik testleri yapılmıştır. Ankete katılanların cinsiyet, yaş, sigorta durumlarının hedef kitle gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

3.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Sağlık alanında SERVQUAL ölçeği kullanılarak hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik literatür önemli düzeyde olgunlaşmıştır. Bu çalışmalardan önemli olduğu düşünülenler aşağıda özetlenmiştir.

Sohail (2003), Malezya'daki özel hastaneler tarafından sağlanan hizmetlerin kalitesinin incelenmesi ve ölçülmesi amacıyla SERVQUAL'den uyarlanan bir ölçek kullanmıştır. Beklentiler-algı arasındaki ortalama farkları test etmeye dayanan araştırma sonuçları hastaların hizmetlerin algılanan değerlerinin ölçülen tüm değişkenler için beklentileri aştığı sonucuna ulaşmıştır. Devebakan ve Aksaraylı (2003) İzmir'deki özel bir hastanede en az bir kez hizmet almış olan yatan hastaların algılanan hizmet kalitesini ölçmüşlerdir. Varinli ve Çakır (2004) ise Kayseri'de özel bir hastanede hastaların hizmet kalitesi, algılanan değer, hasta tatmini, davranışsal niyetlerin birbirleriyle ilişkilerini değerlendirmişlerdir. Hastaların hastaneyi tercih etme nedenlerinden tavsiyenin etkili olduğu, yeniden aynı hastaneyi tercih etmede ise doktor davranışının önemli olduğu sonucuna ulaşıldığı belirtilmiştir. Yağcı ve Duman (2006) Türkiye'de güneyde iki şehirde devlet, özel ve üniversite hastanelerindeki algılanan kalite ve memnuniyeti hastane çeşitlerine göre değerlendirmişlerdir.

Zarei ve diğ. (2015) çalışmalarında İran Tahran'daki sekiz özel hastanedeki hizmet kalitesinin hastaların genel memnuniyeti üzerinde en büyük etkiye hizmetlerin maliyeti, sürecin ve etkileşimin kalitesi olduğunu belirtmişlerdir. Demirer ve Bülbül (2014) kamu ve özel hastanelerde algılanan hizmet kalitesi, hasta tatmini ve hastanın tekrar aynı hastaneye gitme isteğini araştırmışlardır.

Nawaz ve diğ. (2016) çalışmalarında Pakistan'da kamu ve özel hastanelerde hasta memnuniyetinde anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Manulik ve diğ. (2016) Polonya'da sağlık hizmeti kalitesinin devlet ve özel sağlık kuruluşlarından hastaların niteliksel öncelikleri ve alınan hizmetlerin değerlendirilmesi açısından farkını değerlendirmişlerdir. Her iki sağlık kuruluşunun hizmetlerinin gerçek kalitesinin beklenenden çok daha düşük olduğu, özel hastanedeki hastaların beklentilerinin en yüksek olarak ekipmanla ilgili, devlet hastanelerinde ise sağlık personeli ile görüşme konusunda olduğunu belirtmişlerdir. Meesala ve Paul (2018) Hindistan'da 40 özel hastanedeki hizmet kalitesiyle ilgili olarak gelecekte hayatta kalma ve başarı sağlayacak olan en kritik faktörleri belirleme üzerine çalışmışlardır. Hastanın memnuniyetini güvenilirliğin ve hevesliliğin etkilediğini, hastaneye sadakatiyle doğrudan ilgili olduğunu tespit etmişlerdir.

Rahman ve diğ. (2007) Elazığ'daki dört kamu hastanesinde yatan hastaların algılanan hizmet kalitesini ölçmüşlerdir. Hastanelerde algılanan kalite düzeyleri karşılaştırılmış ve beklentilerin algılanandan daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Li ve diğ. (2015) Çin'deki dokuz şehirdeki hastanede hastaların hizmet kalitesi algılarını inceleme ve iyileştirme için araştırma yapmışlardır. Umath ve diğ. (2015) hastanın memnuniyetini sağlayan kritik faktörleri belirlemek için Hindistan'daki üç şehirde seçilen hastane birimlerinde sunulan hizmetler için müşteri memnuniyeti düzeyini değerlendirmişlerdir. Al Fraihi ve Latif (2016) Suudi Arabistan'daki bir hastanenin ayakta bekleme alanlarında yaptıkları çalışmada servis kalitesi boşluk modeli ve bu boşlukları etkileyen faktörler kullanarak hastaların hastane ayakta tedavi hizmetleri ile ilgili algı ve beklentilerini araştırmışlardır.

Mohebfar ve diğ. (2016) İran'da altı akademik hastanede hizmet kalitesini önem-performans analizi matrisi kullanarak değerlendirmişlerdir. Rezaei ve diğ. (2016) İran'da yaptıkları araştırma ise Tıp Bilimleri Üniversitesi'ne bağlı eğitim hastanelerinin hizmet kalitesini hastalar açısından değerlendirmişlerdir. Aynı şekilde Shafii ve diğ. (2016) İran'daki üç öğretim hastanesinin hizmet kalitesini değerlendirmişlerdir. Cho ve diğ. (2004) Güney Kore'de genel bir hastanede dört hizmet kalitesi boyutunun ayakta tedavi edilen hasta memnuniyeti üzerindeki göreceli etkisini incelemişlerdir. Omid ve diğ. (2017) Tahran şehrindeki seçilmiş hastanelerin hizmet kalitesini değerlendirmişlerdir. Nadi ve diğ. (2016) yatan hasta sağlık bakımının kalitesine ilişkin algı ve beklentilerini değerlendirmişlerdir.

Andaleeb (2001) Bangladeş'te hasta memnuniyeti açısından gelişmekte olan ülkelerdeki sağlık hizmetleri sağlayıcıları tarafından göz ardı edildiği düşünülen hastaların sağlık hizmetleri ile ilgili algıları araştırmıştır. Siddiq ve diğ. (2016) Pakistan'da kamu ve özel sektördeki on hastanedeki hastadan elde edilen verilerle sağlık hizmet kalitesinin ölçmüşlerdir.

Potluri ve Angiating (2018) Nijerya sağlık sektöründeki tüketicilerin memnuniyet seviyelerini öğrenmek için hizmetlerin kalitesini araştırmışlardır. Srinivasan ve Saravanan (2015) Etiyopya'daki hastanelerde kaliteli hizmet sunumunun etkin bir şekilde yürütülmesi ve müşterilerin memnuniyetini etkin bir şekilde uygulanmasını tehlikeye sokan faaliyetlere karşı iç gelir elde edilmesi değerlendirmişlerdir. Zun ve diğ. (2018) birincil kamu sağlık hizmetlerinde kentsel nüfusa hizmet veren dokuz Malezya Kliniği'nde memnuniyet seviyesini ve ilişkili faktörleri değerlendirmişlerdir.

Nyandwe ve diğ. (2017) Demokratik Kongo Cumhuriyeti'nde hastaların bakım kalitesi algılarının hastanın sosyoekonomik seviyesine bağlı olup olmadığını öğrenmek için çalışma yapmışlardır. Khamis ve Njau (2014) Tanzania'da ayakta tedavi bölümünde verilen sağlık hizmetlerinin kalite memnuniyet düzeyini araştırmışlardır. Lin ve diğ. (2009) Tayvan ve dünyada kronik böbrek hastalığının ciddi bir halk sağlığı sorunu olduğu için kronik böbrek hastalığı tarama hizmeti kalitesini araştırmışlardır. Bahadori ve diğ. (2014) ise dört hemodiyaliz merkezinde kronik böbrek hastalığı olan hastalara sunulan hizmetlerin kalitesini ölçmüşlerdir.

Qolipour ve diğ. (2018) özel ve devlet hastanelerinde tıbbi turizmin hizmet kalitesini belirlemeye yönelik bir çalışma yapmışlardır. Money ve diğ. (2015) İngiltere'de antikoagülasyon (kanın pıhtılaşmasını önleyen maddeler) hizmetini alan hastaların klinik hizmet sunumunun hasta algı, beklenti ve bakım konusunda sahip olma ve seçim yapma hakkındaki görüşlerini araştırmışlardır. Pevac ve Pisnik (2018) Slovenya'da merkezi bileşen olarak algılanan hizmet değeri olan kavramsal modeli deneysel olarak değerlendirmek, sadakat ve memnuniyeti nasıl etkilediğini, öncüllerinden nasıl etkilendiğini ve değişkenler arasındaki kısmi ilişkiyi araştıran diğer çalışmalarla karşılaştırma yapmışlardır.

Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye'de akademik personel üzerinde hastane hizmetlerinin kalite boşluğu (algılama-beklenti) değerlendirmesine yönelik literatürde bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmada eğitim seviyesi ve ekonomik gelir düzeyi ülke ortalamasının üzerinde olan akademik personele

yönelik Konya ilindeki özel hastanelerin hizmet kalitesinin değerlendirilmesini amaçlanmıştır. Çalışma devlet üniversitelerinde görev yapmakta olan akademik personelin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde SERVQUAL ölçeği kullanılarak istatistiksel analizler yapılmış ve değerlendirilmiştir.

Gelir düzeyi ve eğitim seviyesinin algılama ve beklentilerde etkili olduğu söylenebilir. Görev yaptıkları ilde özel hastaneye gitme potansiyeli ve gelir düzeyleri ülke ortalamasının üzerinde olan akademik personel görüşlerinin belirlenmesinin önemli olduğu varsayılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar, özel hastanelerin hizmet kalite politikalarını güncellemesine ve hizmet kalite önceliklerini belirleyerek önemli gördükleri konulara yönelmelerine imkân sağlayabilecektir. Hizmet kalitesinin yükseltilmesi yalnızca ankete katılan grubun değil tüm özel hastaneleri tercih edenler için olumlu bir gelişme olacaktır.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

Konya ilinde devlet ve özel sektör aracılığıyla, sağlık hizmetlerini karşılamaya yönelik yatırımlar yapılmaktadır. Yapılan bu yatırımların hizmet kalitesi ölçülerek değerlendirilmesi hizmet kalitesini artıracığı aşikârdır. Konya'da Karatay ilçesinde bir, Meram ilçesinde dört, Selçuklu ilçesinde beş özel hastane mevcuttur.

Çalışmada hastane hizmet kalitesinin beklenti/algılarını içeren 15 çift ifade içeren değiştirilmiş SERVQUAL ölçeği esas alınmıştır (Babakus ve Mangold, 1992). Ankette SERVQUAL'in beş boyutunu (Fiziksel Özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven, Empati) içeren 15 çift beklenti/algılama ifadeleri, demografik bilgilerin elde edileceği yedi ifade (cinsiyet, medeni durum, yaş, çalışılan üniversite, akademik unvan, aylık gelir düzeyi, Konya'da bulunan özel hastaneye en son gitme zamanı) ve bu beş boyuta verilen önemin yüzdelerinin istendiği beş ifade yer almıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesi için 5'li Likert tipi soru kullanılmıştır.

Araştırmanın örneklem grubunu Konya ilinde bulunan Konya Teknik Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi'nde çalışmakta olan akademik personel oluşturmuştur. Anket çalışması 28/01/2019–01/02/2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya toplam 200 akademik personel katılmıştır.

IBM SPSS Statistics 20 istatistiksel paket programı kullanılarak demografik özellikler için analizler, bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), korelasyon analizi yapılmıştır. Veriler SERVQUAL boyutlarının Algılama–Beklenti=Hizmet kalitesi boşluğuna göre değerlendirilmiştir.

Hizmet Kalitesi Boşluğu: Algılama–Beklenti

Algılama > Beklenti = Pozitif boşluk, hizmet kalitesi memnuniyeti olumludur.

Algılama < Beklenti = Negatif boşluk, hizmet kalitesi memnuniyeti olumsuzdur.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma Konya ilindeki devlet üniversitelerinde çalışmakta olan akademik personele yönelik Konya'da hizmet veren özel hastanelerin hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Akademik personelin seçilmesinin temel nedenlerinden bazıları eğitim seviyesinin ve toplum ortalamasına göre gelir seviyesinin yüksek olması, gerçekçi cevaplar alma olasılığının yüksek olacağını düşünülmesidir.

Sektörde kalıcı olmak isteyen kurumlar kalite olarak tanımlanan sürekli gelişmeyi öngören sihirli kelimeye ulaşmaya çalışmaktadırlar. Hastanelerde görevli personellerin iş doyum ve motivasyonlarının mümkün mertebe yüksek olması amaçlanmaktadır. Zira motivasyonu ve iş doyumunu düşük olan çalışanlar memnuniyetsizliklerini hastalara yansıtabilmektedirler (Tütüncü, 2009:35-36). Hastaneler hizmetleri konusunda belli bir standardı yakalamak kalite ve kalite kontrol konusunda karşılaşılabilecek problemleri önceden görüp müdahale etmek zorundadır.

İhtiyaçlar ve beklentiler sosyal çevre, kültürel, ekonomik, dini yapı, gelenekler, teknoloji, eğitim, toplumsal değerler müşteriler tarafından kalite algılamasını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir (Tütüncü, 2009:63).

5. DENEYSSEL SONUÇLAR

Konya'daki üç devlet üniversitesinde görev yapan akademisyenlerin görüşüne dayanılarak yapılan çalışmada özel hastanelerdeki hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Ankete katılan 200 kişiden elde edilen verilerin analiz sonuçları açıklanmıştır.

Çizelge 4.1'deki demografik özelliklerin sayı ve yüzde dağılımına göre ankete katılanların % 78,5'ini (157 kişi) erkekler ve %21,5'ini (43 kişi) kadınlar oluşturmaktadır. Yüzdeler dağılımına bakıldığında katılımcıların % 74,5'inin evli, % 48,5'in 30-39 yaş arası, % 40'ının Selçuk Üniversitesi akademik personeli, % 44,5'in

araştırma görevlileri, % 44,5'inin 5001-6000 TL gelir düzeyinde, % 67'sinin en son özel hastaneye gittiğinden bu yana dört hafta veya üzeri bir zaman geçtiği görülmektedir.

Çizelge 4.1. Demografik Özelliklerin Sayı ve Yüzde Dağılımı

| | | Frekans | Yüzde |
|--------------|---------------------|---------|-------|
| Cinsiyet | Kadın | 43 | 21,5 |
| | Erkek | 157 | 78,5 |
| Medeni Durum | Bekâr | 51 | 25,5 |
| | Evli | 149 | 74,5 |
| Yaş | 20-29 yaş arası | 43 | 21,5 |
| | 30-39 yaş arası | 97 | 48,5 |
| | 40-49 yaş arası | 38 | 19 |
| | 50 yaş ve üstü | 22 | 11 |
| Üniversite | Selçuk | 80 | 40 |
| | Konya Teknik | 42 | 21 |
| | Necmettin Erbakan | 78 | 39 |
| Unvan | Araştırma Görevlisi | 89 | 44,5 |
| | Öğretim Görevlisi | 9 | 4,5 |
| | Dr. Öğr. Üyesi | 44 | 22 |
| | Doç. Dr. | 28 | 14 |
| | Prof. Dr. | 30 | 15 |
| Gelir | 4000-5000 TL | 8 | 4 |
| | 5001-6000 TL | 89 | 44,5 |
| | 6001-7000 TL | 44 | 22 |
| | 7001-8000 TL | 17 | 8,5 |
| | 8000 TL ve üstü | 42 | 21 |
| Hast Zaman | 0-1 hafta | 14 | 7 |
| | 1-2 hafta | 32 | 16 |
| | 2-3 hafta | 6 | 3 |
| | 3-4 hafta | 14 | 7 |
| | 4 hafta ve üstü | 134 | 67 |

SERVQUAL kalite ölçeğinin 5 boyutu için ortalama, ortanca, standart sapma değerleri hizmet kalite boşluğuna göre bulunmuştur. Bu sonuca göre ortalaması en düşük olan güven boyutudur.

Çizelge 4.2'ye göre ortalama fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati değerleri (-3,32-4,665-3,72-6,18-2,335) toplamı -20,22'dir.

Ortalama (Ağırlıklandırılmamış Servqual Skoru) = Toplam / 5

Ortalama eşit ağırlıklı SERVQUAL skoru -4.044'dür.

Çizelge 4.2. SERVQUAL Beş Boyutun İstatistikleri

| İstatistik | | Fiziksel Özellikler | Güvenilirlik | Heveslilik | Güven | Empati |
|-----------------------------|---------|---------------------|--------------|------------|---------|---------|
| N | Geçerli | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| | Kayıp | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ortalama | | -3,32 | -4,665 | -3,72 | -6,18 | -2,335 |
| Ortalamanın Standart Hatası | | 0,14866 | 0,16169 | 0,16822 | 0,21086 | 0,12036 |
| Medyan | | -3 | -5 | -4 | -6 | -2 |
| Standart Sapma | | 2,10231 | 2,28668 | 2,37905 | 2,98196 | 1,70213 |
| Minimum | | -10 | -12 | -10 | -14 | -8 |
| Maksimum | | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 |

Ankete katılan akademik personelden 100 puanı SERVQUAL tekniğinin 5 boyutunun (fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, empati, güven) kendilerine ifade ettikleri öneme göre paylaştırmaları istenmiştir. Sonuçlara göre ağırlıklandırılmış yüzdelerinin ortalamaları eşit ağırlıklı olana göre büyük fark göstermemiştir. Algı ve beklentileri ayrı ayrı analiz edildiğinde; beklenti ölçeğinin Cronbach Alpha (α) değeri ,718'dir. Algı ölçeğinin Cronbach Alpha (α) değeri ,881'dir.

Çizelge 4.3. Beklenti ve Algı Ölçeği İstatistikleri (N = 200)

| Beklenti | | | | Algı | | | |
|--|----------------------------|--------------------|------------|--|----------------------------|--------------------|------------|
| Her Boyuttaki Ögeler | Madde-Toplam Korelasyonlar | Ortalama \bar{x} | Std. Sapma | Her Boyuttaki Ögeler | Madde-Toplam Korelasyonlar | Ortalama \bar{x} | Std. Sapma |
| Fiziksel Özellikler ($\alpha=,381$) | | | | Fiziksel Özellikler ($\alpha=,653$) | | | |
| A.1 | 0,232 | 4,83 | 0,415 | A.1 | 0,496 | 3,39 | 0,781 |
| A.2 | 0,267 | 4,04 | 0,861 | A.2 | 0,475 | 3,34 | 0,786 |
| A.3 | 0,307 | 4,86 | 0,376 | A.3 | 0,421 | 3,69 | 0,734 |
| Güvenilirlik ($\alpha=,692$) | | | | Güvenilirlik ($\alpha=,697$) | | | |
| A.4 | 0,531 | 4,9 | 0,307 | A.4 | 0,548 | 3,41 | 0,886 |
| A.5 | 0,503 | 4,82 | 0,385 | A.5 | 0,59 | 3,35 | 0,867 |
| A.6 | 0,535 | 4,93 | 0,256 | A.6 | 0,412 | 3,22 | 0,957 |
| Heveslilik ($\alpha=,676$) | | | | Heveslilik ($\alpha=,735$) | | | |
| A.7 | 0,383 | 4,76 | 0,486 | A.7 | 0,5 | 3,36 | 0,891 |
| A.8 | 0,561 | 4,45 | 0,678 | A.8 | 0,654 | 3,42 | 0,785 |
| A.9 | 0,555 | 4,65 | 0,557 | A.9 | 0,535 | 3,35 | 0,818 |
| Güven ($\alpha=,752$) | | | | Güven ($\alpha=,813$) | | | |
| A.10 | 0,532 | 4,75 | 0,478 | A.10 | 0,663 | 3,29 | 0,739 |
| A.11 | 0,531 | 4,77 | 0,47 | A.11 | 0,675 | 3,2 | 0,855 |
| A.12 | 0,6 | 4,79 | 0,444 | A.12 | 0,621 | 3,36 | 0,891 |
| A.13 | 0,53 | 4,78 | 0,45 | A.13 | 0,579 | 3,07 | 0,777 |
| Empati ($\alpha=,157$) | | | | Empati ($\alpha=,728$) | | | |
| A.14 | 0,113 | 3,84 | 1,041 | A.14 | 0,574 | 3,09 | 0,782 |
| A.15 | 0,113 | 4,76 | 0,473 | A.15 | 0,574 | 3,18 | 0,829 |
| Genel Ölçek ($\alpha=,718$)* | | | | Genel Ölçek ($\alpha=,881$)* | | | |
| *Genel ölçek için alfa katsayısı (alt ölçeklerin doğrusal bir birleşimi olarak). | | | | *Genel ölçek için alfa katsayısı (alt ölçeklerin doğrusal bir birleşimi olarak). | | | |

Babakus ve Mangold (1992) çalışmalarındaki SERVQUAL ölçeği için yaptıkları faktör analizi esas alınmıştır. Bu çalışmada güvenilirlikler değerlendirilmiştir. Yapılan Çizelge 4.4. Kaiser-Meyer-Olkin testine göre ,914 örneklem büyüklüğü yeterlidir. Toplam güvenliliğin yüksek olması nedeniyle çalışmada analizler toplam (algılama-beklenti) puan üzerinden yapılmıştır.

Çizelge 4.4. KMO ve Bartlett's Testi

| | | |
|--|------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğinin Ölçümü. | ,914 | |
| Bartlett'in Küresellik Testi | Yaklaşık Ki-Kare | 1208,417 |
| | sd | 105 |
| | Sig. p | ,000 |

Çizelge 4.5. SERVQUAL Beş Boyutun Güvenilirlik Analizi Cronbach Alpha (α) Değeri

| | Cronbach Alpha | N Öğeleri |
|--|----------------|-----------|
| Fiziksel Özellikler (Madde1 Madde 2 Madde 3) | ,579 | 3 |
| Güvenilirlik (Madde 4 Madde 5 Madde 6) | ,691 | 3 |
| Heveslilik (Madde7 Madde 8 Madde 9) | ,721 | 3 |
| Güven (Madde10 Madde 11 Madde 12 Madde 13) | ,801 | 4 |
| Empati (Madde 14 Madde 15) | ,543 | 3 |
| Tüm Değişkenler İçin (1,2, 3, 4, 5, 6,...15) | ,894 | 15 |

Çizelge 4.6. Demografik Bilgilerin Sayı, Ortalama ve Standart Sapması

| | | N | Ortalama | Standart Sapma |
|------------------------|---------------------|-----|----------|----------------|
| Cinsiyet | Kadın | 43 | -22,093 | 9,13605 |
| | Erkek | 157 | -19,707 | 9,23779 |
| Medeni Durum | Bekâr | 51 | -19,4902 | 7,34404 |
| | Evlî | 149 | -20,4698 | 9,82176 |
| Yaş | 20-29 yaş | 43 | -20,4419 | 9,13992 |
| | 30-39 yaş | 97 | -20,9588 | 8,59011 |
| | 40-49 yaş | 38 | -18,6842 | 9,51274 |
| | 50 yaş ve + | 22 | -19,1818 | 11,75397 |
| Üniversite | Selçuk | 80 | -21,05 | 8,86024 |
| | Konya Teknik | 42 | -19,3333 | 8,24818 |
| | Necmettin Erbakan | 78 | -19,8462 | 10,14195 |
| Unvan | Araştırma Görevlisi | 89 | -21,1236 | 8,46895 |
| | Öğretim Görevlisi | 9 | -26,1111 | 9,15757 |
| | Dr. Öğret. Üyesi | 44 | -20,4773 | 9,42655 |
| | Doç. Dr. | 28 | -17,2857 | 8,96023 |
| | Prof. Dr. | 30 | -18,1333 | 10,63415 |
| Aylık Gelir | 4000-5000 TL | 8 | -28,5 | 4,72077 |
| | 5001-6000 TL | 89 | -20,0899 | 8,09411 |
| | 6001-7000 TL | 44 | -21,1136 | 8,54595 |
| | 7001-8000 TL | 17 | -15,1176 | 10,78704 |
| | 8001 TL ve üstü | 42 | -20,0476 | 11,10691 |
| Hastaneye Gitme Zamanı | 0-1 hafta | 14 | -16,5 | 7,01372 |
| | 1-2 hafta | 32 | -19 | 9,67538 |
| | 2-3 hafta | 6 | -27,8333 | 9,02035 |
| | 3-4 hafta | 14 | -20,9286 | 13,32704 |
| | 4 hafta ve + | 134 | -20,4851 | 8,7348 |

Güvenilirlik Analizi 5'li Likert tipi soru içeren sorulara verilen cevapların tutarlılığını ölçmek için yapılmıştır. Çizelge 4.5.'de SERVQUAL beş boyutu için ayrı ayrı Cronbach Alpha (α) değerini ve anketin toplam güvenilirliği bulunmuştur. Buna göre beş boyuttan en az değeri empati ,543 en yüksek değeri güven ,801 elde edilmiştir. Anketin toplam güvenilirliği için Cronbach Alpha (α) değeri ,894 bulunmuştur. Elde edilen sonuç anketin güvenilir olduğunu göstermektedir. Daha önce yapılan geçerlilik çalışması anket yapılan örneklem için de geçerli bulunmuştur.

Çizelge 4.6'ya göre kadınların özel hastanelerdeki hizmet kalitesinin algı-beklenti düzeyleri ($\bar{x} = -22$) erkek katılımcılara ($\bar{x} = -19$) göre daha düşüktür. Evlilerin özel hastanelerdeki hizmet kalitesinin algı-beklenti düzeyleri ($\bar{x} = -20$) bekâr katılımcılara ($\bar{x} = -19$) göre daha düşüktür. Akademisyenlerin yaş aralıklarına göre Konya'da bulunan özel hastanelerdeki hizmette kalite algılama-beklenti değerlerine göre en düşük ortalama 30-39 yaş aralığındaki katılımcıların kalite algısı ($\bar{x} = -20,95$) 40-49 yaş arası katılımcılara ($\bar{x} = -18$) göre daha düşüktür. En düşük ortalama Selçuk Üniversitesindeki katılımcıların kalite algısıdır ($\bar{x} = -21$). Diğer katılımcılara göre kalite algısı en yüksek olan Konya Teknik Üniversitesi katılımcılarıdır ($\bar{x} = -19,33$). En

düşük ortalama Öğretim Görevlisi unvanına sahip olanların kalite algısıdır ($\bar{x} = -26$). Diğer katılımcılara göre kalite algısı en yüksek olan unvanı Doçent ünvanlı olan katılımcılardır ($\bar{x} = -19,33$). En düşük ortalama 4000-5000 TL gelir düzeyindeki katılımcıların kalite algısıdır ($\bar{x} = -28$). Diğer katılımcılara göre kalite algısı en yüksek olan 7001-8000 TL gelir düzeyindeki katılımcılardır ($\bar{x} = -15$). En düşük ortalama özel hastaneye en son gitme zamanı 2-3 hafta olan katılımcıların kalite algısıdır ($\bar{x} = -27$). Diğer katılımcılara göre kalite algısı en yüksek olan özel hastaneye en son gitme zamanı 0-1 hafta olan katılımcılardır ($\bar{x} = -16$).

İki gruba ait ortalamaların birbirinden farklı olup olmadığını test etmek için istatistiksel analiz yöntemlerinden bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.

Kadın ve erkek arasında hizmet kalitesinin algılama-beklenti farklarına ilişkin anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ,05 önem seviyesinde bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Kadın ve erkek arasında hizmet kalitesi algılama-beklenti değerleri anlamlı bir şekilde farklılık göstermemiştir. Medeni durum bekâr ve evli arasında hizmet kalitesinin algılama-beklenti farklarına ilişkin anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ,05 önem seviyesinde bağımsız örneklem t testi sonucunda anlamlı bir fark göstermemiştir.

ANOVA analizi yapılırsa;

H0: Akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1: Akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

Çizelge 4.7'deki gruplar arası homojenlik testine göre; Yaş aralıklarına göre gruplar arası varyansın homojenlik testinde $p ,343 > 0,05$, üniversite için $p ,352 > 0,05$, unvan için $p ,588 > 0,05$, hastaneye gitme zamanı $p ,146 > 0,05$ olduğu için ön kabul gerçekleşmiş demektir. Homojenlik vardır.

Çizelge 4.7. Yaş, Üniversite, Unvan, Gelir, Hastaneye Gitme Zamanına Göre Gruplar Arası Varyansın Homojenlik Testi

| | Levene İstatistik | sd 1 | sd 2 | p (Sig.) |
|--------------------|-------------------|------|------|----------|
| Yaş | 1,119 | 3 | 196 | 0,343 |
| Üniversite | 1,051 | 2 | 197 | 0,352 |
| Unvan | 0,707 | 4 | 195 | 0,588 |
| Gelir | 2,592 | 4 | 195 | 0,038 |
| Hast. Gitme Zamanı | 1,723 | 4 | 195 | 0,146 |

4.8'de ANOVA testine göre p (sig.) değeri ,582 > 0,05 olduğu için akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları arasında yaş değişkenine göre anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları çalıştıkları üniversiteye göre p (sig.) ,563 > 0,05 olduğu için anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Unvan için p (sig.) ,062 > 0,05 olduğu için akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları unvana göre anlamlı bir farklılık yoktur. Hastaneye gitme zamanını için p (sig.) değeri ,130 > 0,05 olduğu için akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları akademik personelin hastaneye gitme zamanına göre anlamlı bir farklılık yoktur.

Akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları akademik personelin aylık gelir düzeylerine göre p (sig.) değeri ,016 < 0,05 olduğu için anlamlı bir farklılık vardır. Akademik personelin aylık gelir düzeylerine göre gruplar arası varyansın homojenlik testine göre p ,038 < 0,05 olduğu için varyanslar homojen değildir. Heterojen varyanslar için kullanılan post hoc tekniklerden Dunnett T3 testi kullanılmıştır. Buna göre gelir durumu arasındaki fark olan en düşük 1. grup (4000-5000 TL) gelir grubu daha fazla olan 4. gruba (7001-8000 TL) göre hastanenin hizmet kalitesi algı-beklenti değerleri daha düşüktür.

Çizelge 4.8. ANOVA Testi

| ANOVA | | | | | | |
|-------|--|-----------------|----|---------------|---|----------|
| | | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p (Sig.) |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------|---------------|-----------|-----|---------|-------|-------|
| Yaş | Gruplar arası | 168,397 | 3 | 56,132 | 0,653 | 0,582 |
| | Grup içi | 16841,923 | 196 | 85,928 | | |
| Üniv | Gruplar arası | 99,033 | 2 | 49,516 | 0,577 | 0,563 |
| | Grup içi | 16911,287 | 197 | 85,844 | | |
| Unvan | Gruplar arası | 759,632 | 4 | 189,908 | 2,279 | 0,062 |
| | Grup içi | 16250,688 | 195 | 83,337 | | |
| Gelir | Gruplar arası | 1028,938 | 4 | 257,234 | 3,139 | 0,016 |
| | Grup içi | 15981,382 | 195 | 81,956 | | |
| Hastaneye Gitme Zamanı | Gruplar arası | 605,588 | 4 | 151,397 | 1,8 | 0,13 |
| | Grup içi | 16404,732 | 195 | 84,127 | | |

Hizmet kalitesinin algılama-beklenti farklarına ilişkin SERVQUAL boyutlarında (Fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ,05 önem seviyesinde bağımsız örneklem t testi yapıldığında; Fiziksel özellikler ve cinsiyet arasındaki p $0,038 < 0,05$ olduğu için anlamlı bir farklılık vardır. Medeni durum için sonuçlara göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Hizmet kalitesinin algılama-beklenti farklarına ilişkin SERVQUAL boyutlarında (Fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapıldığında;

Yaş, çalışılan üniversite için 5 boyut arasında anlamlı bir fark yoktur. Akademik unvan için fiziksel özellikler p değeri $,007 < 0,05$ olduğu için anlamlı bir fark vardır. Gruplar arası varyans homojen dağıldığı için hangi akademik unvanlar arasında fiziksel özellikler bakımından anlamlı farklılığın olduğunu belirlemek için Tukey HSD testi yapılmıştır. Buna göre 3 (Öğretim Gör.) ve 5 (Doç. Dr.) arasında, 3 (Öğretim Gör.) ve 6 (Prof. Dr.) arasında farklılık vardır. Bu gruplardan 5 ve 6'nın hizmet kalitesi fiziksel özellik algıları 3. gruba göre daha kötü bulunmuştur.

Aylık gelir için ANOVA testine göre heveslilik p değeri $,042 < 0,05$ ve güven p $0,02 < 0,05$ olduğu için anlamlı bir fark vardır. Gruplar arası varyans homojen dağıldığı için hangi aylık gelirler arasında fiziksel özellikler bakımından anlamlı farklılığın olduğunu belirlemek için Tukey HSD testi yapılmıştır. Buna göre aylık gelir düzeyi hastane hizmet kalitesini heveslilik ve güven boyutunda algılama-beklenti değerleri farklılık göstermiştir. Buna göre 1 (4000-5000TL) ve 4 (7001-8000TL) arasında fark 4. grubun 1'e göre kalite algısı daha kötüdür. Güven boyutunda ise aynı şekilde 1 ve 4 grupları arasındaki farka göre 4. grubun güven algı-beklenti değerleri daha kötüdür.

Akademik personelin Konya'da bulunan özel bir hastaneye en son gitme zamanları için ANOVA testine göre güven p değeri $,028 < 0,05$ olduğu için anlamlı bir fark vardır. Tukey HSD testine göre hastaneye gitme zamanı hastane hizmet kalitesini güven boyutunda algılama-beklenti değerleri farklılık göstermiştir. Buna göre güven boyutunda 1 (0-1 hafta) 3 (2-3 hafta) ve 2 (1-2 hafta) 3 (2-3 hafta) arasında farklılık vardır. 1 ve 2'ye göre 3. grubun güven algısı süre uzadığı için daha kötüdür.

SERVQUAL 5 boyutu için korelasyon analizine göre en yüksek anlamlı ilişki pozitif yönde orta düzeyde korelasyon katsayısı $r=,685$ güvenilirlik ve güven arasındadır. Fiziksel özellikler ve güvenilirlik arasında $r=,586$ orta düzeyde, fiziksel özellikler-heveslilik arasında $r=,532$ orta düzeyde, fiziksel özellikler-güven arasında $r=,498$ orta düzeyde ilişki vardır. Güvenilirlik-heveslilik arasında $r=,651$ orta düzeyde, güvenilirlik-güven arasında $r=,685$ orta düzeyde, güvenilirlik-empati arasında $r=,392$ orta düzeyde aynı yönde ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Empati-fiziksel özellikler arasındaki ilişki $r=,364$ aynı yönde zayıf ilişki vardır.

4.TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Konya ilindeki devlet üniversitelerinde çalışmakta olan akademik personele yönelik yapılan çalışmada Konya'da hizmet veren özel hastanelerin hizmet kalitesi ölçülmüştür. Çalışmanın örneklem grubunu Konya'da bulunan devlet üniversitesinde (Konya Teknik Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi) çalışmakta olan 200 akademik personel oluşturmuştur. Örneklem grubunun akademik personelden oluşmasının temel nedenleri arasında eğitim seviyesinin ve toplum ortalamasına göre gelir seviyesinin yüksek olması ve buna bağlı olarak daha gerçekçi sonuçlar elde edileceği beklentisidir.

Özel hastanelerin hizmet kalitesinin ölçülmesinde SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler demografik bilgiler, SERVQUAL'in beş boyutunu içeren 5'li Likert tipi kullanılan 15 çift beklenti/algı ifadeleri ve bu beş boyuta verilen önemin yüzdelere istendiği beş ifadeden oluşmuştur. Veriler SPSS 20 paket programı kullanılarak bağımsız örneklem t testi, ANOVA ve korelasyon ile analiz edilmiştir.

Analizler sonucunda tüm SERVQUAL boyutlarının Algılama-Beklenti=Hizmet kalitesi boşluğu negatif çıkmıştır. Bu sonuç ankete katılan 200 akademik personelin beklentilerinin algılarından daha fazla olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın örneklem grubunu oluşturan akademik personelden erkeklerin katılımı daha fazladır. Katılımcıların evli, 30-39 yaş arası, Selçuk Üniversitesi personeli, araştırma görevlisi, 5001-6000 TL gelir düzeyinde, en son hastaneye gitme zamanının dört hafta ve üzeri olan katılımcıların yüzdesi daha fazladır. Faktör analizi Babakus ve Mangold (1992) çalışması esas alınarak yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin test istatistiğinin ,914 olarak bulunması madde değerlerinin tutarlı olduğunu göstermiştir. Toplam güvenilirliğin yüksek olması nedeniyle çalışmada analizler toplam (algılama-beklenti) puan üzerinden yapılmıştır. Özel hastanelerdeki hizmet kalitesinin algı-beklenti düzeyleri kadınların erkeklere göre, evlilerin bekârlara göre, 30-39 yaş aralığındaki katılımcıların kalite algısının 40-49 yaş arası katılımcılara göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kalite algısı en düşük olan Selçuk Üniversitesi, unvan öğretim görevlisi, 4000-5000 TL gelir düzeyindeki katılımcıların olduğu görülmüştür. Özel hastaneye en son gitme zamanı 2-3 hafta olan katılımcıların kalite algısı en düşük ortalamaya sahip iken, en yüksek olan özel hastaneye en son gitme zamanı 0-1 hafta olan katılımcılar en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür.

Akademisyenlerin hastanedeki kalite algılanan-beklenen değerleri ortalamaları akademik personelin aylık gelir düzeylerine göre en düşük 1. grup (4000-5000 TL) gelir grubu daha fazla olan 4. gruba (7001-8000 TL) göre hastanenin hizmet kalitesi algı-beklenti değerleri daha düşük olduğu sonucu çıkmıştır. Akademik unvan için fiziksel özellikler boyutunda 3 (Öğretim Gör.) ve 5 (Doç. Dr.) arasında, 3 (Öğretim Gör.) ve 6 (Prof. Dr.) arasında farklılık tespit edilmiştir. Bu gruplardan 5 ve 6'nın hizmet kalitesi fiziksel özellik algıları 3. gruba göre daha kötü bulunmuştur. Aylık gelir düzeyi hastane hizmet kalitesini heveslilik ve güven boyutunda algılama-beklenti değerlerine göre 4 (7001-8000TL) grubun 1 (4000-5000TL)'e göre kalite algısı daha kötüdür. Akademik personelin Konya'da bulunan özel bir hastaneye en son gitme zamanları için güven boyutunda 1 (0-1 hafta) 3 (2-3 hafta) ve 2 (1-2 hafta) 3 (2-3 hafta) arasında farklılık vardır. 1 ve 2'ye göre 3. grubun güven algısı süre uzadığı için daha kötüdür.

SERVQUAL 5 boyutu için korelasyon analizine göre en yüksek anlamlı ilişki pozitif yönde orta düzeyde korelasyon katsayısı $r=,685$ güvenilirlik ve güven arasında olduğu görülmüştür. Bu değeri sırasıyla Fiziksel özellikler ve güvenilirlik ($r=,586$), fiziksel özellikler ve heveslilik ($r=,532$), fiziksel özellikler ve güven ($r=,498$), güvenilirlik ve heveslilik ($r=,651$), güvenilirlik ve güven ($r=,685$), güvenilirlik ve empati ($r=,392$) ve empati ve fiziksel özellikler ($r=,364$) takip etmiştir.

Sonuç olarak Konya'da faaliyet gösteren özel hastanelerdeki algılanan hizmet kalitesinin toplumun belirli bir kesimi olan akademisyenler nezdinde beklentileri karşılayamadığı görülmüştür. Dolayısıyla özel hastanelerin kalite politikalarını iyileştirici tedbirler olarak algılanan hizmet kalitesini artırma faaliyetlerine daha fazla yoğunlaşmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Al Fraihi, K., J., Latif, S., A. (2016). Evaluation of outpatient service quality in Eastern Saudi Arabia, Patient's expectations and perceptions, *Saudi Med J* 2016; Vol. 37 (4): 420-428.
- Andaleeb, S., S. (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: a study of hospitals in a developing country, *Social Science & Medicine* 52 (2001) 1359–1370.
- Babakus, E., Mangold, W. G. (1992). Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services: An Empirical Investigation, *HSR: Health Services Research* 26:6, February.
- Bahadori, M., Raadabadi, M., Jamebozorgi, M. H., Salesi, M., Ravangard, R. (2014). Measuring the Quality of Provided Services for Patients With Chronic Kidney Disease, *Nephro Urol Mon.* September; 6(5): e21810.
- Bobocea, L., Gheorghe, I. R., Spiridon, St., Gheorghe, CM., Purcarea, VL. (2016). The management of health care service quality. A physician perspective, *J Med Life.* 2016 Apr-Jun; 9(2): 149–152.
- Cho, W. H., Lee, H., Kim, C., Lee, S., Choi, K. S. (2004). The Impact of Visit Frequency on the Relationship between Service Quality and Outpatient Satisfaction: A South Korean Study, *HSR: Health Services Research* 39:1.
- Demirer, Ö., Bülbül, H. (2014). Kamu ve Özel Hastanelerde Hizmet Kalitesi, Hasta Tatmini ve Tercihi Arasındaki İlişki: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 47, Sayı 2, Haziran 2014, s. 95-119.
- Devebakan, N., Aksaraylı, M. (2003). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde Servqual Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı:1.
- Karahan, Atıla., Özgür, Ersan. (2011). Hastanelerde Performans Yönetim Sistemi ve Veri Zarflama Analizi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, Güncellenmiş 2. Basım.
- Khamis, K., Njau, B., 2014, Patients' level of satisfaction on quality of health care at Mwananyamala hospital in Dar es Salaam, Tanzania, *BMC Health Serv Res.* Sep 18;14:400.
- Kıngır, S., 2010, Toplam Kalite Yönetimi, 2. Basım Ekim, Ankara: Nobel Yayın.
- Li, M., Lowrie, D. B., Huang, C. Y., Lu, X.C., Zhu, Y. C., Wu, X. H., Shayiti, M., Tan, Q. Z., Yang, H. L., Chen, S. Y., Zhao, P., He, S.H., Wang, X. R., Lu, H. Z. (2015). Evaluating patients' perception of service quality at hospitals in nine Chinese cities by use of the ServQual scale, *Asian Pac J Trop Biomed* 2015; 5(6): 497–504.
- Lin, D. J., Li, Y.H., Pai, J. Y., Sheu, I. C., Glen, R., Chou, M. J., Lee, C. Y. (2009). Chronic kidney-disease screening service quality: questionnaire survey research evidence from Taichung city, *BMC Health Services Research* 2009, 9:239.
- Manulik, S., Rosińczuk, J., Karniej, P. (2016). Evaluation of health care service quality in Poland with the use of SERVQUAL method at the specialist ambulatory health care center, 2016, *Patient Prefer Adherence.* 2016; 10: 1435–1442.
- Meesala, A., Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 40, January, Pages 261-269.
- Mohebifar, R., Hasani, H., Barikani, A., Rafiei, S. (2016). Evaluating Service Quality from Patients' Perceptions: Application of Importance-performance Analysis Method. Published by Elsevier Korea. *Osong Public Health and Research Perspectives*, Volume 7, Issue 4, August 2016, Pages 233-238.
- Mollahaliloğlu, Salih., Kosdak, Mustafa., Sanisoğlu, Yavuz., Ateşoğlu, Derya., Çiftçi, Esra., Tuncel, Tuğçe. (2011). (Editör: Recep Akdağ). *Birinci Basamak Sağlık Hizmetlerinde Hasta Memnuniyeti 2011. Araştırma Serisi:5.* Ankara: Opus Basım Yayın ve Ambalaj San.
- Money A. G, Barnett J, Kuljis J, Duffin D. (2015). Patient perceptions and expectations of an anticoagulation service: a quantitative comparison study of clinic-based testers and patient self-testers, *Scand J Caring Sci.* 2015 Dec;29(4):662-78.
- Nadi, A., Shojaee, J., Abedi, G., Siamian, H., Abedini, E., Rostami, F. (2016). Patients' Expectations and Perceptions of Service Quality in the Selected Hospitals, *Med Arch.* 2016 Apr; 70(2): 135-139.
- Nawaz, M., Nazir, B., Jamil, M., Aftab, J., Razzaq, M. (2016). Service Quality in Public and Private Hospitals in Pakistan: An Analysis Using SERVQUAL Model, *Apeejay-Journal of Management Sciences and Technology*, 4 (1), October- 2016.
- Nyandwe J., Mapatano M.A., Lussamba P.S., Kandala N.B., Kayembe P.K. (2017). Measuring Patients' Perception on the Quality of Care in the Democratic Republic of Congo Using a Modified, Service Quality Scale (SERVQUAL), *Arch Sci* 1: 108.
- Omidi, N., Omidi, M., Asgari, H., Khalili, K. (2017). Evaluation of the Quality of Services Provided by Selected Hospitals in Tehran City using the SERVQUAL Model, *Health Research Journal*; Volume 2, Issue 4, pages 245-252.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research, *Journal of Marketing*, 1985;49: 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L. L. (1986). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Technical Report. Report No: 86-108, Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Volume 64, no. 1 (Spring 1988):12-40.

- Pevec, T., Pisman, A., 2018, Empirical Evaluation Of A Conceptual Model For The Perceived Value Of Health Services, *Zdr Varst. Dec*; 57(4): 175–182.
- Potluri, R. R., Angiating, G. (2018). A Study on Service Quality and Customer Satisfaction in Nigerian Healthcare Sector, *International Journal of Industrial Distribution & Business* 9-12(2018) 7-14.
- Qolipour, M., Torabipour, A., Khiavi, F. F., Malehi, A. S. (2018). Assessing Medical Tourism Services Quality Using SERVQUAL Model: A Patient's Perspective, *Iran J Public Health*, Vol. 47, No.1, Jan 2018, pp.103-110.
- Rahman, S., Erdem, R., Devebakan, N. (2007). Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi: Elazığ'daki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9, Sayı:3.
- Rezaei, S., Matin, B. K., Moradi, K., Bijan, B., Fallahi, M., Shokati, B., Saeidi, H. (2016). Measurement of Quality of Educational Hospital Services by the SERVQUAL Model: The Iranian Patients' Perspective, *Electronic Physician*, Volume: 8, Issue: 3, Pages: 2101-2106.
- Saran, U. (2004). Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma "Kalite Odaklı Bir Yaklaşım", Ankara: Atlas Yayıncılık.
- Shafii, M., Rafiei, S., Abooe, F., Bahrami, M: A., Nouhi, M., Lotfi, F., Khatere Khanjankhani, K. (2016). Assessment of Service Quality in Teaching Hospitals of Yazd University of Medical Sciences: Using Multi-criteria Decision Making Techniques, *Osong Public Health Res Perspect*. Aug;7(4):239-47.
- Siddiq, A., Baloch, B. Q., Takrim, K. (2016). Quality Of Healthcare Services In Public And Private Hospitals Of Peshawar, Pakistan: A Comparative Study Using Servqual, *City University Research Journal*, Volume 06 Number 02 July 2016 PP 242-255.
- Sohail, S.M. (2003). Service quality in hospitals: more favourable than you might think, *Managing Service Quality*, Volume 13 . Number 3 . 2003 . pp. 197-206.
- Srinivasan, Dr. K., Saravanan, Dr. S. (2015). Delivery Of Public Health Care Services: Assessing Customer Satisfaction Using Servqual Approach, *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEM)*, Volume 4, Issue 7, July.
- Taptık, Y., Keleş, Ö. (1998). Kalite Savaşı, İstanbul: KalDer Yayınları.
- Tontuş, H.Ö. (2017) Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi, SATURK Yayını.
- Tütüncü, Ö. (2009). Ağırlama Hizmetlerinde Kalite Sistemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Umath, B., Marwah, A.K., Soni, M. (2015). Measurement of Service Quality in Health Care Industry using Servqual Model: A Case of Select Hospitals, *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, Volume 4, No. 1, January 2015.
- Varinli, İ., Çakır, A. (2004). Hizmet Kalitesi, Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki- Kayseri'de Poliklinik Hastalarına Yönelik Bir Araştırma, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı : 17 Yıl : 2004/2 (33-52 s.)*.
- Yağcı, M. İ., Duman, T. (2006). Hizmet Kalitesi- Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (2) 2006, 218-238.
- Yapraklı, Ş. (2006). Kargo Taşımacılık Hizmetleri Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi, Erzurum: Beta Basım.
- Zarei, E., Daneshkohan, A., Pouragha, B., Marzban, S., Arab, M., 2015, An Empirical Study of the Impact of Service Quality on Patient Satisfaction in Private Hospitals, Iran, *Global Journal of Health Science*; Vol. 7, No. 1.
- Zun, A. B., Ibrahim, M. I., Hamid, A. A. (2018). Level of Satisfaction on Service Quality Dimensions Based on SERVQUAL Model Among Patients Attending 1 Malaysia Clinic in Kota Bharu, Malaysia, *Oman Medical Journal*, Vol. 33, No. 5: 416-422.
- WHO-a, Hospitals, Hospitals in the health system, <https://www.who.int/hospitals/hospitals-in-the-health-system/en/> , [Ziyaret Tarihi: 18 Şubat 2019].
- WHO-b, Hospitals, People and Communities, <https://www.who.int/hospitals/people-and-communities/en/> , [Ziyaret Tarihi: 18 Şubat 2019].

Kent Lojistiği Alanındaki Yayınların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis Of Publications In The Field Of City Logistics

Ramazan ERTURGUT*
Hasan Emin GÜRLER**

ÖZ

Dünya çapında nüfusun büyük bir çoğunluğu şehirlerde yaşadığından dolayı insanların yaşam kalitelerinin artırılmasında, kent ekonomilerinin kalkınmasında ve küresel tedarik zincirlerinin etkinliğinde şehir lojistiğinin önemli bir etkisi vardır. Özellikle yük taşımacılığindeki değişimler ve e-ticaretin yaygınlaşması ile birlikte şehir lojistiğinin etkinliği daha da önemli bir olgu haline gelmiştir. Söz konusu gelişmelerin önemli bir sonucu olarak şehirlerde insan yaşamını olumsuz etkileyecek düzeyde hava kirliliği artmakta, trafik sıkışıklıkları ve kazaları meydana gelmekte, yerel yönetimlerin şehir lojistiğine ilişkin stratejileri sekteye uğramakta ve çevresel kaygılar yaşanmaktadır. Bu durum ve yaşanan buna benzer sorunlar, politikacıların ve şehir lojistiğine ilgi duyan araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Özellikle son on yılda şehir lojistiğine yönelik araştırmaların sayısı önemli ölçüde artmıştır. Bu nedenle bu çalışmada; 1970-2019 yılları arasında şehir lojistiği alanında yapılan araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemi yardımıyla incelemek ve akademik yazında şehir lojistiğine ilişkin araştırmaların hangi doğrultuda ilerlediğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Web of Science veritabanında şehir lojistiği kavramı kullanılarak tarama yapılmış ve toplamda 680 yayına ulaşılmıştır. Yayınlar, bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Sonuç olarak; en fazla kullanılan iki anahtar kelimenin sırasıyla “şehir lojistiği” ve “kentsel yük taşımacılığı” olduğu, en fazla ortak yazarlığı olan, en fazla yayın yapan ve en fazla atıf alan araştırmacının E. Taniguchi olduğu, en fazla yayın yapan ve en fazla atıf alan ülkenin İtalya olduğu ve en fazla yayının 2016 yılında yapıldığı tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Şehir Lojistiği, Bibliyometrik Analiz, Literatür İncelemesi

ABSTRACT

Since the vast majority of the world's population lives in cities, city logistics has a significant impact on improving people's quality of life, on the development of urban economies, and on the effectiveness of global supply chains. Especially with the changes in freight transportation and the spread of e-commerce, the effectiveness of city logistics has become an even more important phenomenon. As a consequence of these developments, air pollution is increasing in cities at a level that affects people's lives negatively, traffic jams and accidents are occurring, the strategies of local governments regarding city logistics are interrupted and environmental concerns are experienced. This situation and similar problems have attracted the attention of politicians and researchers interested in urban logistics. Especially in the last decade, the number of studies on urban logistics has increased significantly. For this reason, in this study, it is aimed to examine the researches conducted in the field of city logistics between 1970 and 2019 with the help of bibliometric analysis method and to show the direction of the researches about city logistics in academic literature. For this purpose, the Web of Science database was searched using the topic of city logistics and a total of 680 publications were reached. The publications were examined by bibliometric analysis method. As a result, it was found that the two most commonly used keywords were “city logistics” and “urban freight transport” respectively; E. Taniguchi is the author with the most co-authorship, the highest number of publications and the most cited researchers; Italy was the country with the highest number of publications and the highest number of citations, and that the highest number of publications was made in 2016.

KEYWORDS

City Logistics, Bibliometric Analysis, Literature Review

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 25.07.2019 | 17.09.2019 |
| Atıf | Erturgut, R. ve Gürler, H. E. (2019). Kent Lojistiği Alanındaki Yayınların Bibliyometrik Analizi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 540-551. |

* Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, rerturgut@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0240-5787

** Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, hasangurler@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5813-1631

GİRİŞ

Şehir lojistiği, taşımacılık faaliyetlerini optimize etmek ve kentsel alanların sürdürülebilir kalkınmasını desteklemek için bir stratejidir (Kaur ve Awasthi, 2018: 162). Şehir lojistiği, şehirlerin ekonomik kalkınmasında, sosyal ve çevresel konuların uyum içinde olması bakımından önemli bir rol oynamaktadır. İnsanların sosyal, kültürel faaliyetleri ve şirketlerin ekonomik faaliyetleri için temel yapıyı oluşturmaktadır (Kaur ve Awasthi, 2018: 161). Şehir lojistiği, kentsel alanlarda tedarikçiler ve tüketiciler arasında büyük ölçekli yük taşımacılığı faaliyetlerinin sürekli ve istikrarlı bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır. Ayrıca şehir lojistiği; tedarik zincirlerinin etkinliği ve istihdam olanakları açısından büyük önem arz etmektedir. E-ticaretin yaygınlaşması ve kentsel tüketim kapasitesinin artırılması ile birlikte kentsel dağıtım hizmetlerine olan talep hızla artmıştır. Bu artış ise şehirlerde tıkanıklığa, düşük düzeyde erişilebilirliğe, verimsizliğe, sera gazı emisyonunun artmasına, kaynak israfının artmasına, gürültüye, halk sağlığının bozulmasına, kazalara ve yerel yönetimler açısından birtakım olumsuzluklara neden olmaktadır (Hu ve diğ., 2019: 1). Şehirdeki atmosferik kirlenmelerin ve trafik tehlikelerinin %40'ından fazlası şehir lojistiğinden kaynaklanmaktadır. Açıkçası, şehir lojistiği sorunları; insan sağlığını ve yaşam kalitesini önemli ölçüde olumsuz etkilemektedir (Hu ve diğ., 2019: 1-2).

Kentsel bölgelerde yaşayan nüfusun sürekli olarak artması, şehirlerde kirlilik ve güvenlik kaygıları, trafik ve trafik sıkışıklığı sorunları ve yeni mevcut teknolojik fırsatlar, politika yapıcılarının ve kent lojistiği olgusuna ilgi duyan araştırmacıların dikkatini çekmiştir (Lagorio ve diğ., 2016: 908). Son yıllarda, özellikle şehirdeki ekonomik büyümeye ilişkin artan katkısı ve çevreye yönelik taşımacılık kaynaklı emisyonlar nedeniyle şehir lojistiğine yönelik çalışmaların sayısında bir artış olmuştur (Kaur ve Awasthi, 2018: 161). Şehir lojistiği özellikle son on yılda önem kazanan bir ilgi alanı olmuştur ve araştırmacılar arasında popülerlik kazanmıştır (Kaur ve Awasthi, 2018: 162). Söz konusu bu önemli artışa ve popülerliğe rağmen literatürde şehir lojistiğine ilişkin olarak 1970-2019 yılları arasında yapılmış olan araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemini kullanarak inceleyen çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada; 1970-2019 yılları arasında şehir lojistiği alanında yapılan araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemi yardımıyla incelemek ve akademik yazında şehir lojistiğine ilişkin araştırmaların hangi doğrultuda ilerlediğini ortaya koymak amaçlanmıştır.

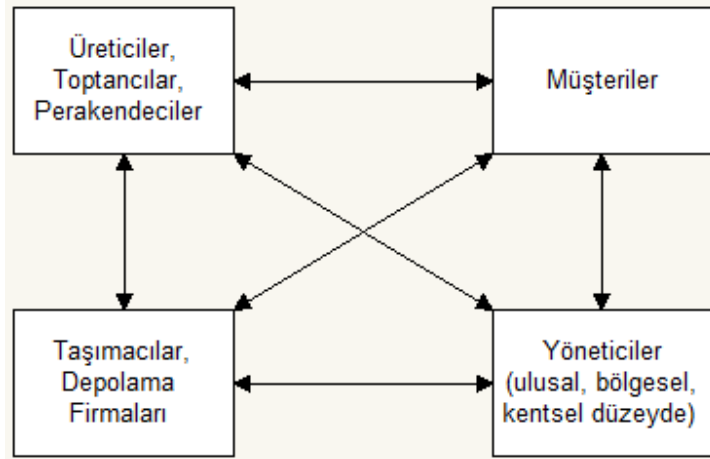
1. LİTERATÜR

1.1 Kent (Şehir) Lojistiği

Kent lojistiği; kentsel alanlarda özel şirketler tarafından yapılan lojistik ve taşımacılık faaliyetlerinin trafik çevresi, trafik sıkışıklığı ve enerji tüketimi gibi olgular göz önünde bulundurularak optimize edilmesi sürecidir. Şehir lojistiğinin temelinde, şehir içinde gerçekleştirilen mal dağıtımlarına ilişkin çözümler sunmak yer almaktadır. Şehir lojistiği; ilgili paydaşlar arasında entegrasyon ve koordinasyonu göz önünde bulundurarak, büyük bir şehirde ve lojistik bir ağ içinde gerçekleştirilen yük hareketlerini optimum şekilde planlamayı, yönetmeyi ve kontrol etmeyi amaçlamaktadır (Neghabadi ve diğ., 2019: 866). Bununla birlikte şehir lojistiğinin üç temel hedefi bulunmaktadır: (1) yaşam kalitesini iyileştirmek, (2) insan ve yük akışını iyileştirmek, (3) çevreyi korumak. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi, şehir lojistiği konusunda farklı beklentileri olan üreticiler, taşıyıcılar, depolama firmaları, perakendeciler, toptancılar, müşteriler, ulusal ve bölgesel idareler gibi birçok paydaşın katılımını içermektedir (Hajduk, 2017: 283).

Şehir lojistiği, şehir yönetimi alanında önemi gittikçe artan bir konu olmuştur. Şehir nüfusları sürekli bir şekilde artmakta ve bu durum altyapıya erişimi daha zor hale getirmekte ve sonuç olarak yaşam kalitesini düşürmektedir (Hajduk, 2017: 283). Bugün dünya nüfusunun %55'i şehirlerde yaşamaktadır. 2050 yılında bu oranın %68'e yükselmesi beklenmektedir (<https://population.un.org>, Erişim Tarihi: 25.03.2019). Bununla birlikte hem yolcu hem de yük taşımacılığına ilişkin trafik artmakta ve bu durum trafik sıkışıklığına ve hava kirliliğine neden olmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun tahminlerine göre; 2005 yılına kıyasla yük taşımacılığı yoğunluğu 2050 yılına kadar %80'den, yolcu taşımacılığı ise %50'den fazla artacaktır (Hajduk, 2017: 283). Söz konusu bu problemlere çözüm getirmek adına gelişmiş bilgi sistemleri, ortak yük taşıma sistemleri, kamu lojistik terminalleri, yük faktörü denetimi ve yer altı yük taşıma sistemleri gibi şehir lojistiği girişimleri geliştirilmiştir (Taniguchi ve Van Der Heijden, 2000: 65).

Kent lojistiğine dahil olan dört önemli paydaş bulunmaktadır. Bu paydaşların her birinin kendine özgü amaçları vardır ve her biri farklı şekilde davranma eğilimindedir. Bu nedenle şehir lojistiğine ilişkin modeller geliştiren herkesin bu paydaşları iyi tanıması gerekmektedir. Söz konusu bu paydaşlar Şekil 2.1'de gösterilmiştir (Taniguchi ve diğ., 2001: 3).



Şekil 2.1 Şehir Lojistiğinin Önemli Paydaşları

Üreticiler, toptancılar ve perakendeciler, insanlara veya diğer şirketlere ürün gönderen veya onlardan ürün alan taşımacıların, depolama firmalarının müşterileridir. Üreticiler, toptancılar ve perakendeciler genellikle maliyeti, teslim alma veya teslim etme süresini ve nakliye bilgilerinin yanı sıra nakliye güvenilirliğini içeren hizmet düzeylerini en üst düzeye çıkarma eğilimindedirler (Taniguchi ve diğ., 2001: 3). Taşımacılar ve depolama firmaları, genellikle karlarını en üst düzeye çıkarmak için ürün teslimatıyla ilgili maliyetleri en aza indirmeye çalışmaktadırlar. Müşterilere daha düşük toplam maliyetle daha yüksek düzeyde hizmet sağlama konusunda aşırı baskı yaşayan paydaştır. Müşteriler, şehirde yaşayan, çalışan ve alışveriş yapan insanlardır. Trafik sıkışıklığının, gürültünün, hava kirliliğinin ve trafik kazalarının minimum düzeyde olmasını isteyen paydaştır. Şehir yöneticileri, kentin ekonomik gelişimini ve istihdam olanaklarını artırmaya çalışmaktadır. Ayrıca, trafik sıkışıklığını hafifletmeyi, çevresel iyileştirmeler yapmayı ve şehir içindeki karayolu güvenliğini arttırmayı hedeflemektedir (Taniguchi ve diğ., 2001: 4).

Literatürde şehir lojistiğine ilişkin yapılmış olan yayımlar bulunmaktadır. Tablo 2.1'de şehir lojistiği ile ilgili yapılmış olan önceki araştırmalar yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; Wolpert ve Reuter'ın (2012) ilk çıktığı günden 2012 yılına kadar olan periyottaki yayımları, Lagorio ve arkadaşlarının (2016) 2000-2015 yılları arasındaki yayımları, Hajduk'un (2017) 1975-2015 yılları arasındaki yayımları, Neghabadi ve arkadaşlarının (2019) ise 2010-2016 yılları arasındaki yayımları incelediği anlaşılmaktadır. Wolpert ve Reuter (2012) Science Direct ve Google Scholar veritabanlarındaki yayımları, Lagorio ve arkadaşları (2016) Elsevier, Science Direct, Emerald, Springer, Wiley Online Library veritabanlarındaki yayımları, Hajduk (2017) Web of Science, Scopus, Elsevier, Emerald ve EBSCO veritabanlarındaki yayımları, Neghabadi ve arkadaşları (2019) ise Science Direct, Web of Science, Google Scholar, Wiley Online Library, Informa ve Springer veritabanlarındaki yayımları incelemiştir. Söz konusu çalışmalarda incelenen yayımlar, 2016 yılı ve öncesinde yayınlanmış olan yayımlardır. Dolayısıyla 2016 yılı sonrasında yayınlanan şehir lojistiği konulu araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemini kullanarak inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma ile birlikte 1970 yılından 2019 yılının mart ayına kadar yapılmış olan ve Web of Science veritabanında yer alan yayımlar incelenmiştir.

Tablo 2.1 Şehir Lojistiği İle İlgili Önceki Araştırmalar

| Araştırmacı | Kapsam | Yöntem |
|-------------------------|-------------------------------------|--|
| Wolpert ve Reuter, 2012 | ∞-2012 yılları arası, 92 yayın | Sistemantik literatür taraması |
| Lindholm, 2013 | 1998-2012 yılları arası, 346 yayın | Derleme |
| Behrends, 2016 | 2009-2013 yılları arası, 150 yayın | Derleme |
| Lagorio vd., 2016 | 2000-2015 yılları arası, 104 yayın | Sistemantik literatür taraması |
| Neghabadi vd., 2016 | 2010-2016 yılları arası, 200 yayın | Bibliyometrik analiz |
| Hajduk, 2017 | 1975-2015 yılları arası, 1723 yayın | Bibliyometrik analiz |
| Kaur ve Awasthi, 2018 | 2010-2016 yılları arası, 519 yayın | Bibliyometrik analiz |
| Neghabadi vd., 2019 | 2010-2016 yılları arası, 370 yayın | Bibliyometrik analiz, sistemantik literatür taraması |
| Hu vd., 2019 | 1993-2018 yılları arası, 513 yayın | Bilimmetri (Scientometrics) analizi |
| Savrun ve Mutlu, 2019 | 2008-2018 yılları arası, 341 yayın | Bibliyometrik analiz |
| Bu çalışma | 1970-2019 yılları arası, 680 yayın | Bibliyometrik analiz |

Tablo 2.1’de değinilen çalışmalara ek olarak literatürde şehir lojistiğinin önemli kısımlarına odaklanan ve literatür taraması yapılan çalışmalar da bulunmaktadır. Kentsel konsolidasyon merkezi (Björklund ve Johansson, 2018; Ormond ve Telhada, 2017), kentsel yük taşımacılığı (Visser ve diğ., 2014; Oliveira ve diğ., 2017), kentsel yolcu taşımacılığı sistemleri (Perez ve diğ., 2015), şehir lojistiği için karar destek sistemleri (Bozzo ve diğ., 2014), havaalanı merkezli planlamada şehir lojistiğinin rolü (Boloukian ve Siegmann, 2016), şehir lojistiği modelleme çalışmaları (Anand ve diğ., 2012; Anand ve diğ., 2015), yük taşımacılığı modelleme (Nuzzolo ve diğ., 2013), kentsel yük taşımacılığını planlamadaki zorluklar (Lindholm ve Behrends, 2012) örnek olarak verilebilir.

1.2 Bibliyometrik Analiz

İlk bibliyometrik çalışma, 1917 yılında Cole ve Eales tarafından yapılmıştır. Cole ve Eales, 1550-1860 yılları arasında karşılaştırmalı anatomi alanında yayınlanan araştırmalara ilişkin istatistiksel bir analiz yapmışlardır (Lawani, 1981: 295). Bibliyometri terimi, 1969 yılında Alan Pritchard tarafından ileri sürülmüştür (Lawani, 1981: 294). Pritchard, bibliyometrinin istatistiksel bibliyografya teriminin yerini alması gerektiğini ifade etmiştir. Pritchard’a göre bibliyometri, yazılı kaynakların çeşitli yönlerini saymak ve analiz etmek yoluyla, bu kaynakların süreçlerine ve seyrine ışık tutmak için matematiğin ve istatistiksel yöntemlerin uygulanmasıdır (Lawani, 1981: 294).

Bibliyometrik analiz; ülkeler, üniversiteler, araştırma merkezleri, araştırma grupları ve dergiler özelinde akademik araştırmaların değerlendirilmesine ve analiz edilmesine imkan veren önemli bir yöntemdir. Bu yöntem ile bilimsel araştırmaların objektif kriterlere göre değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Ayrıca bu yöntem, bilimsel nitelik ve üretkenliğin değerlendirilmesinde önemli bir araçtır (Martinez ve diğ., 2015: 257). Literatürde bibliyometrik analiz yönteminin kullanıldığı birçok çalışma bulunmaktadır (Donohue, 1972; Smith, 1977; Arunachalam ve Markanday, 1981; Levine, 1986; Bordons ve Barrigon, 1992; Kaminer ve Braunstein, 1998; Critchfield, 2002; Robert ve diğ., 2007; Fu ve diğ., 2010; Dong ve diğ., 2012; Zyoud ve diğ., 2014; Yu ve diğ., 2016; Erbaşı ve diğ., 2017; Gao ve diğ., 2018; Zhu ve diğ., 2019).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

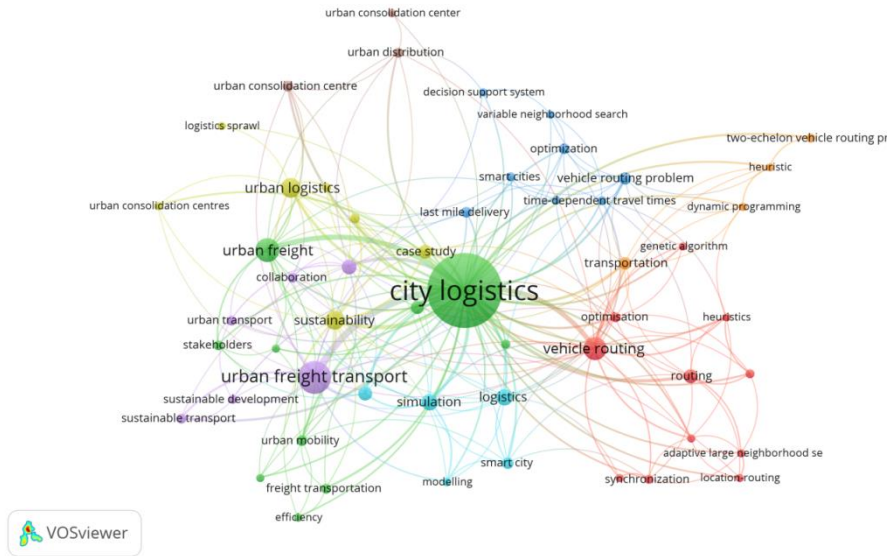
Çalışmada incelenen yayınlar, Web of Science veritabanında yer alan yayınlardan oluşmaktadır. Bu yayınlar belirlenirken, konu başlığı (topic) olarak “kent (şehir) lojistiği” terimi ölçüt alınmıştır. Aynı zamanda filtreleme alanında tüm yıllar (1970-2019) ve tüm Web of Science indeksleri (SCI-Expanded, SSCI, A&HCI, CPCI-S, CPCI-SSH, ESCI) seçilerek 13.03.2019 tarihinde arama yapılmıştır. Bu arama sonucunda 680 makaleye ulaşılmış ve bu 680 makale örneklem olarak seçilmiştir (<http://apps.webofknowledge.com>, Erişim Tarihi: 13.03.2019).

Çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi benimsenmiş olup yayınların incelenmesinde VOSviewer programından yararlanılmıştır. İncelenen 680 yayına ilişkin yayın yılı, en çok yayın yapılan dergi/kongre, en fazla kullanılan anahtar kelime, yayın dili, en fazla yayın yapan ülke, en fazla yayın yapan araştırmacı, en fazla ortak yazarlığı olan araştırmacı, en çok atıf alan ülke, en çok atıf alan araştırmacı ve en çok atıf alan yayın bilgisi verilmiştir.

3. BULGULAR ve YORUM

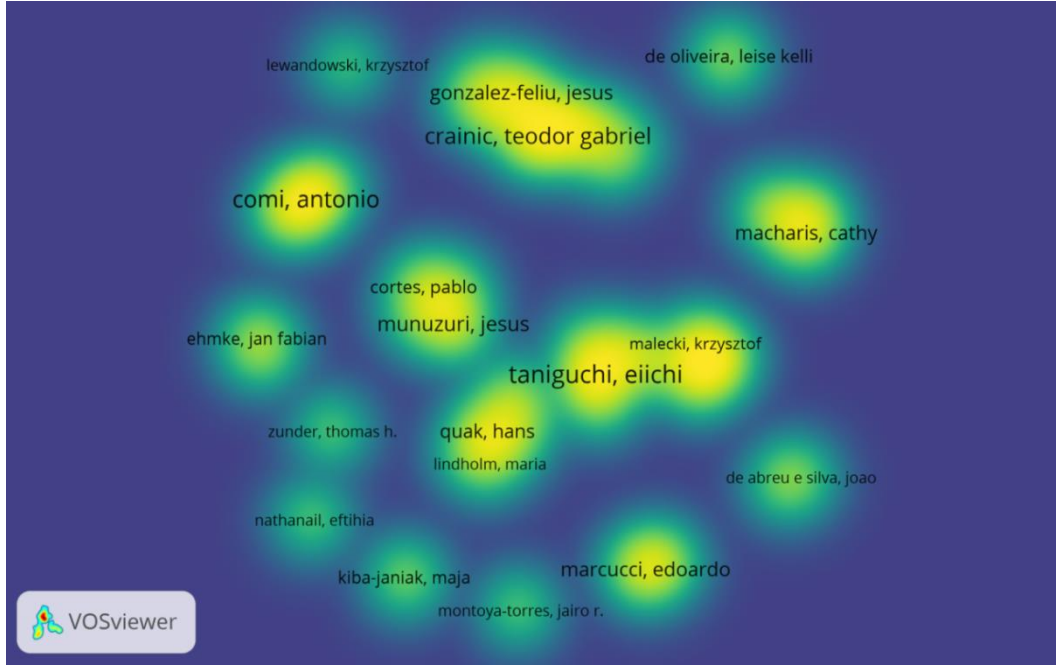
VOSviewer programının sunmuş olduğu şekilde yer alan her bir halka, araştırmacının yinelenme sayısına göre yaptığı filtreleme sonucunda söz konusu filtre içerisinde yer alan bir ögeyi ifade etmektedir. Söz konusu bu öge; ülke, yazar, doküman, terim vb. olabilir (Van Eck ve Waltman, 2019: 5). Halkanın büyük olması, şekilde yer alan ögenin yinelenme sayısının fazla olduğu anlamına gelmektedir. En büyük halka, en çok yinelenen ögedir (Van Eck ve Waltman, 2019: 9). Ögeler, yinelenme skorlarına göre tek bir renkle gösterilmekte ve gruplar halinde kümelenmektedir. Her bir öge sadece bir kümede yer almakla birlikte herhangi bir ögenin bir kümede yer almaması da mümkün olmaktadır. Aynı zamanda ögeler arasındaki çizgiler, bağlantıları göstermektedir. Her bir bağlantının bir gücü olmaktadır. İnce bir çizgi daha zayıf bir bağlantıyı, kalın bir çizgi ise daha güçlü bir bağlantıyı ifade etmektedir (Van Eck ve Waltman, 2019: 5).

Şekil 4.1’de kent lojistiği konulu çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler verilmiştir. İncelenen yayınlarda toplam 1671 anahtar kelime elde edilmiştir. Bu anahtar kelimelerden en az 5 kez yinelenmiş olan 55 anahtar kelimeye ulaşılmıştır. Bu 55 kelimedenden ise konu ile ilgisi olmadığı düşünülen “its” kelimesi çıkarılmıştır. Şekil incelendiğinde; en fazla kullanılan anahtar kelimenin “city logistics” olduğu görülmektedir. Bu anahtar kelime toplamda 364 kez kullanılmıştır. En fazla kullanılan ikinci anahtar kelime, 71 kez kullanılmış olan “urban freight transport” kelimesidir. Bu iki anahtar kelimeyi sırasıyla “urban freight” (37 kez), “vehicle routing” (36 kez), “urban logistics” (26 kez), “sustainability” (24 kez), “simulation” (19 kez), “logistics” (18 kez) ve “freight transport” (15 kez) anahtar kelimeleri takip etmektedir. Ayrıca anahtar kelimeler, 8 kümeye ayrılmıştır. Her bir renk, bir kümeyi ifade etmektedir.



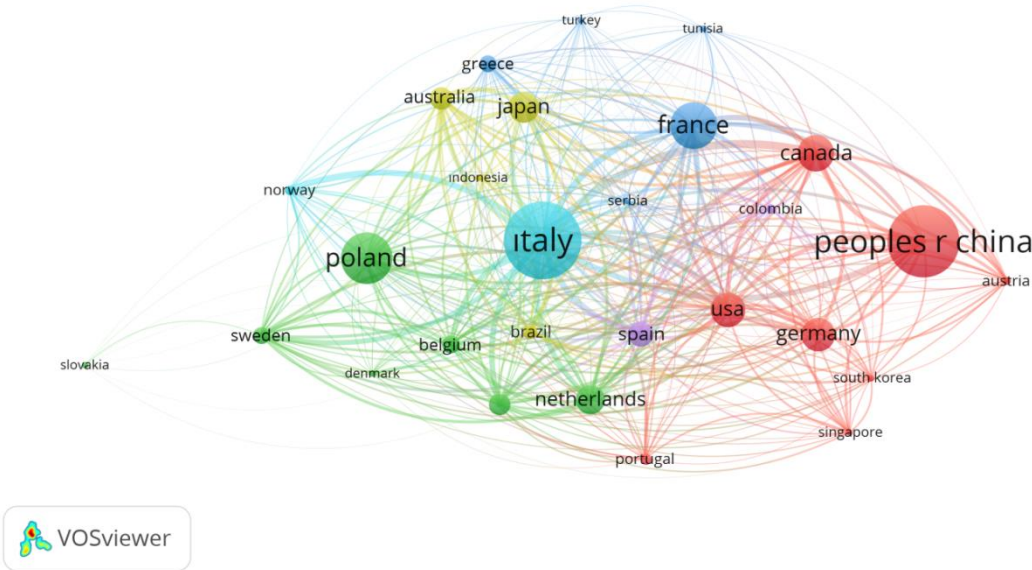
Şekil 4.1 En Fazla Kullanılan Anahtar Kelimeler

Şekil 4.2’de en fazla ortak yazarlığı olan araştırmacılar verilmiştir. İncelenen yayınlarda toplam 1277 araştırmacı olduğu görülmüştür. Bu araştırmacılardan yayın ve atıf sayısı en az 5 olan 47 araştırmacı dikkate alınmıştır. Şekilde araştırmacı isimlerinin yer aldığı alanın rengi ortak yazarlık sayısına göre farklılık göstermektedir. Mavi renk az sayıda ortak yazarlığı ifade ederken sarı renk daha fazla sayıda ortak yazarlığı ifade etmektedir. Şekil incelendiğinde; en fazla ortak yazarlığı olan araştırmacının Eiichi Taniguchi (26 ortak yazarlık) olduğu görülmektedir. Bu araştırmacıyı sırasıyla Antonio Comi (18 ortak yazarlık) ve T. Gabriel Crainic (17 ortak yazarlık) izlemektedir.



Şekil 4.2 En Fazla Ortak Yazarlığı Olan Araştırmacılar

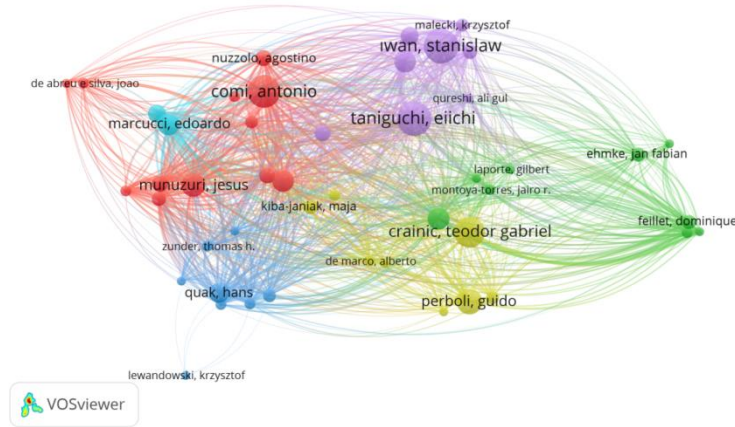
Şekil 4.3'te en fazla yayın yapan ülkeler verilmiştir. İncelenen yayınlarda toplam 56 ülke olduğu görülmüştür. Bu ülkelerden yayın sayısı en az 5 olan 28 ülke dikkate alınmıştır. Şekil incelendiğinde; en fazla yayının İtalya'da (97 yayın) yapıldığı görülmektedir. İtalya'yı sırasıyla Çin Halk Cumhuriyeti (90 yayın), Polonya (64 yayın), Fransa (60 yayın), Kanada (46 yayın), ABD (43 yayın), Almanya (43 yayın) ve Japonya (39 yayın) takip etmektedir. Ayrıca ülkeler arasında kümelenmeler olduğu görülmektedir. Örneğin; Kanada, Çin Halk Cumhuriyeti, ABD, Almanya, Avusturya, Güney Kore, Portekiz ve Singapur'un aynı kümede yer aldığı anlaşılmaktadır.



Şekil 4.3 En Fazla Yayın Yapan Ülkeler

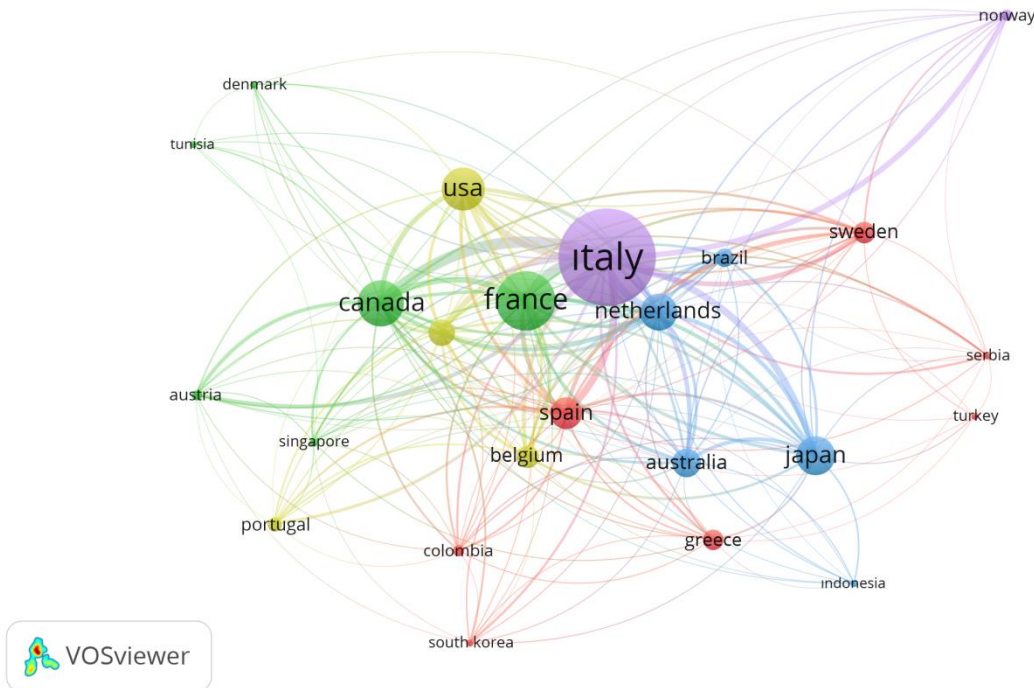
Şekil 4.4'te en fazla yayın yapan araştırmacılar gösterilmiştir. Bu araştırmacılardan yayın sayısı en az 5 olan 48 araştırmacı dikkate alınmıştır. Şekil incelendiğinde; en fazla yayın yapan araştırmacının Eiichi

Taniguchi (27 yayın) olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırmacıyı sırasıyla Stanislaw Iwan (19 yayın), Antonio Comi (18 yayın), T. Gabriel Crainic (18 yayın), Guido Perboli (14 yayın) ve Jesus Munuzuri (14 yayın) takip etmektedir. Ayrıca şekilde; araştırmacıların oluşturmuş olduğu kümelenmeler ve araştırmacılar arasındaki bağlantılar gösterilmiştir.



Şekil 4.4 En Fazla Yayın Yapan Araştırmacılar

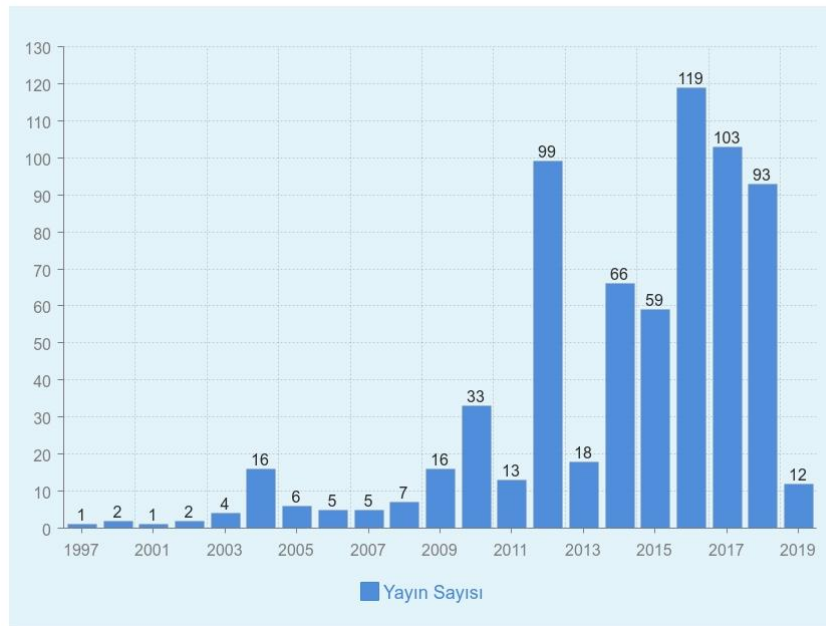
Şekil 4.5'te en fazla atıf alan ülkeler verilmiştir. İncelenen yayınlarda toplam 56 ülke olduğu görülmüştür. Bu ülkelerden yayın ve atıf sayısı en az 5 olan 27 ülke dikkate alınmıştır. Şekil incelendiğinde; en fazla atıf alan ülkenin İtalya (1337 atıf) olduğu görülmektedir. İtalya'yı sırasıyla Kanada (1107 atıf), Fransa (589 atıf), Japonya (777 atıf), Hollanda (750 atıf), ABD (422 atıf), Avustralya (387 atıf) ve İspanya (379 atıf) izlemektedir. Ayrıca ülkeler arasında kümelenmeler ve bağlantılar olduğu görülmektedir. Örneğin; İsveç, İspanya, Yunanistan, Güney Kore, Kolombiya ve Sırbistan'ın aynı kümede yer aldığı anlaşılmaktadır.



Şekil 4.5 En Fazla Atıf Alan Ülkeler

Şekil 4.6'da en fazla atıf alan araştırmacılar verilmiştir. Bu araştırmacıardan yayın ve atıf sayısı en az 5 olan 47 araştırmacı dikkate alınmıştır. Şekil incelendiğinde; en fazla atıf alan araştırmacının Eiichi Taniguchi (592 atıf) olduğu görülmektedir. Bu araştırmacıyı sırasıyla T. Gabriel Crainic (352 atıf), Antonio Comi (303 atıf), Laetitia Dablanc (273 atıf), Guido Perboli (242 atıf), Edoardo Marcucci (241 atıf) ve Jesus Gonzalez-Feliu (207 atıf) takip etmektedir.

trendinin olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. 2019 yılı yayın sayısı, 01.01.2019-13.03.2019 tarihleri arasında yayınlanmış olan yayınların sayısıdır.



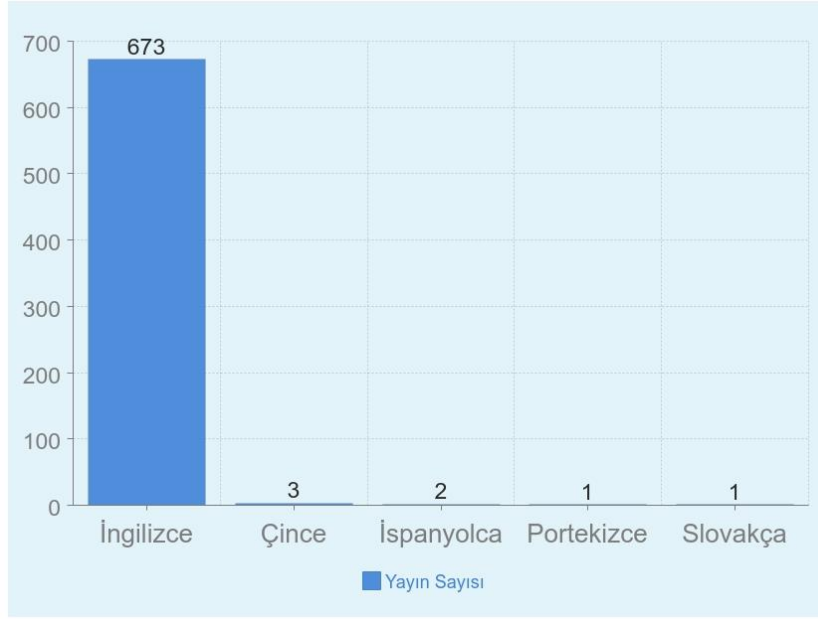
Şekil 4.8 Yayın Yılları

Tablo 4.1’de en fazla yayın yapılan 10 dergi/kongre gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde; en fazla yayının Procedia Social and Behavioral Sciences’ta yapıldığı görülmektedir. En fazla yayın yapılan 10 dergi/kongre’den 4’ünün International Conference on City Logistics kongresine ilişkin olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.1 En Fazla Yayın Yapılan 10 Dergi/Kongre

| Dergi/Kongre | Yayın Sayısı |
|--|--------------|
| Procedia Social and Behavioral Sciences | 126 |
| Transportation Research Procedia | 76 |
| Seventh International Conference on City Logistics | 66 |
| Ninth International Conference on City Logistics | 32 |
| 6th International Conference on City Logistics | 18 |
| Eighth International Conference on City Logistics | 18 |
| 2nd Int. Conf. Green Cit. Green Log. For Greener Cities Sustainability | 16 |
| European Journal of Operational Research | 13 |
| Logistics Systems For Sustainable Cities | 12 |

Şekil 4.9’da yayın dillerine ilişkin bilgiler sunulmuştur. Şekil incelendiğinde; yayınlarda İngilizce, Çince, İspanyolca, Portekizce ve Slovakça olmak üzere beş farklı dil kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte yayınların neredeyse tamamının İngilizce yazıldığı anlaşılmaktadır.



Şekil 4.9 Yayın Dilleri

SONUÇ ve ÖNERİLER

Şehir lojistiği, gelişmiş kentsel yük taşımacılığı sistemlerinin optimizasyonunu ifade etmektedir. Şehir lojistiğinde yerine getirilmesi gereken temel faaliyet, şehir dağıtım merkezleri gibi konsolidasyon tesisleri aracılığıyla birçok farklı nakliyeciyi-taşıyıcı-alıcı arasında gerçekleşen ticari ilişkilerin koordine edilmesidir (Crainic, 2008: 207). Şehir lojistiği; verimli, çevre dostu ve güvenli kentsel yük taşıma sistemleri sunarak sürdürülebilir ve yaşanabilir şehirler oluşturma adına büyük önem arz etmektedir (Taniguchi, 2015: 57). Zamanla hava kirliliği, gürültü ve güvenli ulaşım gibi küresel ve yerel çevresel problemlere ilişkin kaygıların artması şehir lojistiğine verilen önemi daha da arttırmıştır (Taniguchi, 2015: 49). Söz konusu bu artışa benzer bir şekilde şehir lojistiğine ilişkin yapılan araştırmaların sayısı her yıl katlanarak artmaktadır. Bu durum şehir lojistiği olgusuna gösterilen ilginin önemli ölçüde arttığını ortaya koymaktadır (Lagorio ve diğ., 2016: 925). Dolayısıyla bu çalışma ile 1970-2019 yılları arasında şehir lojistiği alanında yapılan araştırmaları incelemek ve akademik yazında şehir lojistiğine ilişkin araştırmaların hangi doğrultuda ilerlediğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda bulguların elde edilmesi sürecinde bibliyometrik analiz yönteminden yararlanılmıştır.

Yapılan bibliyometrik analiz sonucunda elde edilen önemli bulguları şu şekilde özetlemek mümkündür:

- En fazla kullanılan anahtar kelime “şehir lojistiği”dir. En fazla kullanılan ikinci anahtar kelime ise “kentsel yük taşımacılığı” kavramıdır.
- En fazla ortak yazarlığı olan, en fazla yayın yapan ve en fazla atıf alan araştırmacı E. Taniguchi’dir.
- En fazla yayın yapan ve en fazla atıf alan ülke İtalya’dır.
- En fazla atıf alan yayın, Dablanc tarafından 2007 yılında kaleme alınan yayındır.
- En fazla yayın 2016 yılında yapılmıştır.
- En fazla yayın Procedia Social and Behavioral Sciences dergisinde yapılmıştır.
- Yayınların tamamına yakınının yazım dili İngilizce’dir.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bunlar; çalışmada bulguların elde edildiği 680 makaleye 13.03.2019 tarihinde yapılan tarama sonucunda ulaşılmıştır. Sonraki günlerde veritabanına eklenen yeni yayınlar ile birlikte söz konusu makalelere ilişkin atıf sayısı, yayın dili, yayın yapan ülke, özetlerde yer alan kelimeler ve bu kelimelerin sayısı farklılık gösterebilecek dolayısıyla farklı bulguların elde edilmesi mümkün olabilecektir. Sonraki çalışmalarda araştırmacılar, şehir lojistiği yazınının bir bölümünü (örneğin; son beş yıl gibi) dikkate alarak bibliyometrik analiz yöntemini kullanabilirler. Aynı zamanda farklı analiz yöntemlerini (sistemik literatür taraması, içerik analizi gibi) kullanarak da söz konusu literatürün tamamına veya bir bölümüne ilişkin analizler yapabilirler.

KAYNAKLAR

- Anand, N., Quak, H., van Duin, R. ve Tavasszy, L. (2012). City logistics modeling efforts: Trends and gaps-A review. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 39, 101-115.
- Anand, N., Van Duin, R., Quak, H. ve Tavasszy, L. (2015). Relevance of city logistics modelling efforts: a review. *Transport Reviews*, 35(6), 701-719.
- Ando, N. ve Taniguchi, E. (2006). Travel time reliability in vehicle routing and scheduling with time windows. *Networks and spatial economics*, 6(3-4), 293-311.
- Arunachalam, S. ve Markanday, S. (1981). Science in the middle-level countries: a bibliometric analysis of scientific journals of Australia, Canada, India and Israel. *Journal of Information Science*, 3(1), 13-26.
- Behrends, S. (2016). Recent developments in urban logistics research—a review of the proceedings of the international conference on city logistics 2009–2013. *Transportation Research Procedia*, 12, 278-287.
- Björklund, M. ve Johansson, H. (2018). Urban consolidation centre—a literature review, categorisation, and a future research agenda. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(8), 745-764.
- Boloukian, R. ve Siegmann, J. (2016). Urban logistics; a key for the airport-centric development—A review on development approaches and the role of urban logistics in comprehensive airport-centric planning. *Transportation Research Procedia*, 12, 800-811.
- Bordons, M. ve Barrigón, S. (1992). Bibliometric analysis of publications of Spanish pharmacologists in the SCI (1984–89). Part II. *Scientometrics*, 25(3), 425-446.
- Bozzo, R., Conca, A. ve Marangon, F. (2014). Decision support system for city logistics: literature review, and guidelines for an ex-ante model. *Transportation Research Procedia*, 3, 518-527.
- Cole, F. J. ve Eales, N. B. (1917). *The History of Comparative Anatomy. Part I: A Statistical Analysis of the Literature. Science Progress*, 11, 578-596.
- Crainic, T. G. (2008). City logistics. In *State-of-the-Art Decision-Making Tools in the Information-Intensive Age. INFORMS*, 181-212.
- Crainic, T. G., Gendreau, M. ve Potvin, J. Y. (2009). Intelligent freight-transportation systems: Assessment and the contribution of operations research. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 17(6), 541-557.
- Crainic, T. G., Ricciardi, N. ve Storchi, G. (2004). Advanced freight transportation systems for congested urban areas. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 12(2), 119-137.
- Crainic, T. G., Ricciardi, N. ve Storchi, G. (2009a). Models for evaluating and planning city logistics systems. *Transportation science*, 43(4), 432-454.
- Critchfield, T. S. (2002). Evaluating the function of applied behavior analysis: A bibliometric analysis. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 35(4), 423-426.
- Dablanc, L. (2007). Goods transport in large European cities: Difficult to organize, difficult to modernize. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 41(3), 280-285.
- Dong, B., Xu, G., Luo, X., Cai, Y. ve Gao, W. (2012). A bibliometric analysis of solar power research from 1991 to 2010. *Scientometrics*, 93(3), 1101-1117.
- Donohue, J. C. (1972). A bibliometric analysis of certain information science literature. *Journal of the American Society for Information Science*, 23(5), 313-317.
- Erbaşı, A., Cabi, A., Gümrah, A. ve Hakses, H. (2017). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20(2), 206-214.
- Fu, H. Z., Ho, Y. S., Sui, Y. M. ve Li, Z. S. (2010). A bibliometric analysis of solid waste research during the period 1993–2008. *Waste Management*, 30(12), 2410-2417.
- Gao, H., Huang, F. Y. ve Wang, Z. P. (2018). Research Trends of Macrophage Polarization: A Bibliometric Analysis. *Chinese Medical Journal*, 131(24), 2968-2975.
- Hajduk, S. (2017). Bibliometric analysis of publications on city logistics in international scientific literature. *Procedia Engineering*, 182, 282-290.
- Hemmelmayer, V. C., Cordeau, J. F. ve Crainic, T. G. (2012). An adaptive large neighborhood search heuristic for two-echelon vehicle routing problems arising in city logistics. *Computers & operations research*, 39(12), 3215-3228.
- Hu, W., Dong, J., Hwang, B. G., Ren, R. ve Chen, Z. (2019). A Scientometrics Review on City Logistics Literature: Research Trends, Advanced Theory and Practice. *Sustainability*, 11(10), 2724.
- Kaminer, N. ve Braunstein, Y. M. (1998). Bibliometric analysis of the impact of Internet use on scholarly productivity. *Journal of the American Society for Information Science*, 49(8), 720-730.
- Kaur, R. ve Awasthi, A. (2018). City logistics: a review and bibliometric analysis. *International Journal of Bibliometrics in Business and Management*, 1(2), 160-188.
- Lagorio, A., Pinto, R. ve Golini, R. (2016). Research in urban logistics: a systematic literature review. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 46(10), 908-931.
- Lawani, S. M. (1981). *Bibliometrics: its theoretical foundations, methods and applications. Libri*, 31(1), 294-315.
- Levine, L. O. (1986). Prolific inventors—A bibliometric analysis. *Scientometrics*, 10(1-2), 35-42.
- Lindholm, M. ve Behrends, S. (2012). Challenges in urban freight transport planning—a review in the Baltic Sea Region. *Journal of Transport Geography*, 22, 129-136.

- Lindholm, M. (2013). Urban freight transport from a local authority perspective—a literature review. *European Transport*, 54, 1-37.
- Martínez, M. A., Cobo, M. J., Herrera, M. ve Herrera-Viedma, E. (2015). Analyzing the scientific evolution of social work using science mapping. *Research on Social Work Practice*, 25(2), 257-277.
- Muñuzuri, J., Larrañeta, J., Onieva, L. ve Cortés, P. (2005). Solutions applicable by local administrations for urban logistics improvement. *Cities*, 22(1), 15-28.
- Neghabadi, P. D., Samuel, K. E. ve Espinouse, M. L. (2016). City logistics: a review and research framework. In RIRL 2016 EPFL.
- Neghabadi, D. P., Samuel, E. K. ve Espinouse, M. L. (2019). Systematic literature review on city logistics: overview, classification and analysis. *International Journal of Production Research*, 57(3), 865-887.
- Nuzzolo, A., Coppola, P. ve Comi, A. (2013). Freight transport modeling: review and future challenges. *International Journal of Transport Economics*, 40(2), 151-181.
- Oliveira, C., Albergaria De Mello Bandeira, R., Vasconcelos Goes, G., Schmitz Gonçalves, D. ve D'Agosto, M. (2017). Sustainable vehicles-based alternatives in last mile distribution of urban freight transport: A systematic literature review. *Sustainability*, 9(8), 1324.
- Ormond, P. ve Telhada, J. (2017). Using Urban Consolidation Centre With Cyclocargos Support To Increase The Performance And Sustainability Of Urban Logistics: A Literature Review And A Case Study In The City Of São Paulo. 3rd International Conference on Energy and Environment: bringing together Engineering and Economics, 29-30 June, Porto, Portugal.
- Perboli, G., Tadei, R. ve Vigo, D. (2011). The two-echelon capacitated vehicle routing problem: Models and math-based heuristics. *Transportation Science*, 45(3), 364-380.
- Pérez, J. C., Carrillo, M. H. ve Montoya-Torres, J. R. (2015). Multi-criteria approaches for urban passenger transport systems: a literature review. *Annals of operations research*, 226(1), 69-87.
- Robert, C., Wilson, C. S., Gaudy, J. F. ve Arreto, C. D. (2007). The evolution of the sleep science literature over 30 years: A bibliometric analysis. *Scientometrics*, 73(2), 231-256.
- Savrun, B. ve Mutlu, H. M. (2019). Kent Lojistiği Üzerine Bibliyometrik Analiz. *Kent Akademisi*, 12(2), 364-386.
- Smith, G. M. (1977). Key Books in business and management studies: a bibliometric analysis. *Aslib Proceedings* 29(5), 174-188.
- Taniguchi, E. ve Shimamoto, H. (2004). Intelligent transportation system based dynamic vehicle routing and scheduling with variable travel times. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 12(3-4), 235-250.
- Taniguchi, E. ve Van Der Heijden, R. E. (2000). An evaluation methodology for city logistics. *Transport Reviews*, 20(1), 65-90.
- Taniguchi, E., Thompson, R. G., Yamada, T. ve Van Duin, R. (2001). *City Logistics: Network Modelling and Intelligent Transport Systems*. Amsterdam: Pergamon.
- Taniguchi, E. (2015). *Green Logistics and Transportation. Greening of Industry Networks Studies 4* (B. Fahimna vd., ed.), Switzerland.
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2019). *VOSviewer Manual*. Universiteit Leiden.
- Visser, J., Nemoto, T. ve Browne, M. (2014). Home delivery and the impacts on urban freight transport: A review. *Procedia-social and behavioral sciences*, 125, 15-27.
- Yu, H., Wei, Y. M., Tang, B. J., Mi, Z. ve Pan, S. Y. (2016). Assessment on the research trend of low-carbon energy technology investment: A bibliometric analysis. *Applied energy*, 184, 960-970.
- Zhu, S., Jin, W. ve He, C. (2019). On evolutionary economic geography: a literature review using bibliometric analysis. *European Planning Studies*, 27(4), 639-660.
- Zyoud, S. H., Al-Jabi, S. W., Sweileh, W. M. ve Awang, R. (2014). A bibliometric analysis of research productivity of Malaysian publications in leading toxicology journals during a 10-year period (2003–2012). *Human & experimental toxicology*, 33(12), 1284-1293.
- Wolpert, S. ve Reuter, C. (2012). Status quo of city logistics in scientific literature: systematic review. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, (2269), 110-116.
- http://apps.webofknowledge.com/Search.do?product=WOS&SID=D1gKVXfILMzSVi4kQfJ&search_mode=GeneralSearch&prID=6f641400-6b24-4cd8-a3ab-2d83a9e0b008, (Erişim Tarihi: 13.03.2019).
- <https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-PressRelease.pdf>, (Erişim Tarihi: 25.03.2019).

Sosyal Medyada Otel İşletmelerine Yönelik Yorumların Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyetsizliği Açısından Analizi¹

Analyses Of Social Media Reviews About Hotel Enterprises In Terms Of Customer Satisfaction And Dissatisfaction

Fatih Ercan*

ÖZ

Sosyal medya, günümüzde işletmeler ve bireyler tarafından yaygın şekilde kullanılan bir iletişim aracıdır. Müşteriler, otel işletmelerinin kurumsal sosyal medya hesaplarını takip etmekte ve yaşadıkları hizmet deneyimleriyle ilgili memnuniyet ve memnuniyetsizliklerine ilişkin yorumları otel işletmeleri ve diğer kişilerle paylaşmaktadırlar. Bu araştırmanın amacı, otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan yorumlarda müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizlik unsurlarını tespit etmektir. Marmaris'te bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan 460 adet müşteri yorumu içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, müşteri yorumlarında en sık ifade edilen memnuniyet ana unsurları sırayla personel, yiyecekler, diğer, misafir odaları, otel olanakları, hizmet kalitesi, konum ve içeceklerdir. Yiyecekler, personel, diğer, hizmet/ekipman eksiklikleri, temizlik ve içecekler müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin tespit edilen ana unsurlardır.

ANAHTAR KELİMELELER

Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Memnuniyetsizliği, Otel İşletmeleri, Müşteri Yorumları, İçerik Analizi.

ABSTRACT

Social media is a widely used communication tool by companies and individuals nowadays. Customers are follow the corporate social media accounts of hotel enterprises and share service experience reviews with hotel and other people about satisfaction and dissatisfaction. The aim of this study to determine the customer satisfaction and dissatisfaction elements on reviews which commented on corporate social media accounts of hotel enterprises. 460 customer reviews on corporate social media accounts of five star hotels in Marmaris were analyzed by content analysis method. According the research results, the most frequently expressed satisfaction core elements on customer reviews are respectively staff, foods, other, guest rooms, hotel facilities, service quality, location and drinks. In addition to this, foods, staff, other, service/equipment inadequacies, cleanliness and drinks are the core customer dissatisfaction elements.

KEYWORDS

Customer Satisfaction, Customer Dissatisfaction, Hotel Enterprises, Customer Reviews, Content Analysis

| | <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 24.05.2019 | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 17.07.2019 |
|------------|---|---|
| <i>Atf</i> | Ercan, F. (2019). Sosyal Medyada Otel İşletmelerine Yönelik Yorumların Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyetsizliği Açısından Analizi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 552-571. | |

¹ Bu çalışma, 18-20 Nisan 2019 tarihinde II. Uluslararası İşletme Ekonomi ve Pazarlama Kongresinde sunulan ve özet metin kitabında yer alan "Otel İşletmelerine Yönelik Sosyal Medya Yorumlarında Müşteri Memnuniyeti Unsurlarının İncelenmesi" isimli çalışma genişletilerek oluşturulmuştur.

* Doktor Öğretim Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kdz. Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, fatih.ercan@beun.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6469-3000

GİRİŞ

Müşteri memnuniyeti, gerek pazarlama uygulamalarında gerekse ilgili akademik alanyazında uzun yıllardır araştırma konusu olan önemli bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Her iş alanı ve boyuttaki işletmenin başarısında anahtar faktör olan bu kavram, müşteri bağlılığının oluşturulması ve rekabet avantajı elde edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu bakımdan, ulusal ve uluslararası alanda yoğun bir rekabet ortamı içerisinde faaliyetlerini sürdüren otel işletmeleri açısından müşteri memnuniyetine ve memnuniyetsizliğine neden olan unsurların anlaşılması kaçınılmaz bir zorunluluk olarak değerlendirilebilir.

Son yıllarda hızla gelişen internet teknolojilerinin bir ürünü olarak yakın geçmişte ortaya çıkan sosyal medya, kişiler arasında kullanımı oldukça yaygın olmakla birlikte işletmeler de bu yeni iletişim ortamında yer almakta ve faaliyetlerini burada sürdürmektedirler. Leung ve diğ. (2013), sosyal medyanın son yıllarda turizm endüstrisi içerisindeki konaklama işletmelerinin faaliyetlerini önemli derecede etkileyen bir “mega trend” olduğunu belirtmektedirler. Turizm işletmelerinin faaliyetlerinde ve yönetiminde sosyal medyanın etkilerine vurgu yapan yazarlar, işletmelerin tutundurma faaliyetlerinde ve müşterileriyle olan iletişimlerinde sosyal medyayı önemli bir araç kullandıklarını belirtmektedirler. Eryılmaz ve Zengin (2014: 148-149), işletmelerin faaliyetlerini günümüzde internet sitelerinden sosyal medyaya taşıdıklarını, bu mecraanın hedef kitleyi tanıma, iletişim kurma ve onlarla yakınlık sağlamaya imkan vermesi gibi sebeplerle farklı sektörlerden çok sayıda işletme gibi konaklama işletmelerini de bu alana çektiğini ifade etmektedirler. Yılmazdoğan ve Özel (2014:38) de, benzer biçimde, konaklama işletmelerinin sosyal medyada kurumsal kimlikleriyle yer aldıklarını, pazarlama hedeflerini gerçekleştirme, karlılıklarını artırma ve müşteri memnuniyeti sağlamak amacıyla etkili bir araç olarak sosyal medyayı kullandıklarından söz etmektedirler.

Günümüzde otel işletmeleri, Facebook, Twitter, YouTube ve Instagram gibi kişiler arasında sıklıkla kullanılan sosyal medya mecralarında yer almakta, mevcut ve potansiyel müşterileri ile buradan iletişime geçmektedir. Otel işletmeleri, kurumsal sosyal medya sayfalarında otel hakkında bilgiler, duyurular, fotoğraflar ve videolar gibi unsurların yanı sıra işletmenin sayfasını takip eden müşterilerin otel hakkındaki yorumlarına ve değerlendirmelerine de yer vermektedirler. Burada müşteriler aldıkları hizmeti çeşitli ölçütlere göre değerlendirebilmekte, tatil deneyimleriyle ilgili memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini yazarak otel işletmesi ve diğer müşterilerle paylaşabilmektedirler.

İlgili alanyazın incelendiğinde (Li ve diğ., 2013; Kızıllırmak ve diğ., 2015; Dinçer ve Alrawadieh, 2017; Bilgihan ve diğ., 2018) hem otel işletmelerinde hem de diğer turizm işletmelerinde müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği unsurlarının araştırılmasına yönelik çalışmalarda sosyal medyada yapılan tüketici değerlendirmelerinden sıklıkla yararlandığı dikkat çekmektedir. Erdem ve Yay (2017) tarafından Antalya il merkezindeki birinci sınıf restoranlara ilişkin TripAdvisor.com’da yer alan olumsuz müşteri yorumlarının sınıflandırılması amacıyla bir çalışma gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada, restoran müşterilerinin yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyle ilgili şikayet ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti unsurlarını belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada, TripAdvisor.com’daki çevrimiçi müşteri yorumları içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, otel işletmelerinde ulaşım kolaylığı, yiyecek ve içecekler, yatak, resepsiyon hizmetleri, oda boyutu ve dekorasyon gibi unsurların müşteri memnuniyeti açısından önemli olduğu ortaya konulmuştur (Li ve diğ., 2013).

Otel işletmeleriyle müşteriler arasındaki ilişkilerin yoğun bir biçimde yaşandığı sosyal medya aracı olan Facebook (Cinnioğlu ve Boz, 2015: 250) üzerindeki değerlendirmelerin analiz edilerek müşteri memnuniyetine ve memnuniyetsizliğine ilişkin unsurları belirlemek ve otel işletmeleri için çıkarımlarda bulunmak bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarında müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine yönelik değerlendirmelerden elde edilecek veriler, otel işletmelerinin faaliyetlerinin başarısı açısından önem taşıyan bir husus olarak değerlendirilebilir.

1.İLGİLİ LİTERATÜR

1.1. Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyetsizliği Kavramları

21. yüzyılda teknolojiye meydana gelen gelişmeler, artan iletişim olanakları, ulaşım aracı alternatiflerindeki artış gibi faktörler işletmeler arası rekabeti artırmaktadır. Bununla birlikte, yaşanan yoğun rekabetin ulusal sınırları aştığı, uluslararası bir boyut kazandığı görülmektedir. Bu rekabet ortamında varlıklarını devam ettirme istek ve arzusunda olan işletmelerin, müşterileriyle ilişkilerini geliştirme, hizmet kalitesini artırma ve nihayetinde müşteri memnuniyeti sağlama yönündeki faaliyetlerine daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Bu sebeple, müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği, işletmelerin devamlılığı ve başarısı açısından üzerinde önemle durulması gereken kavramlar olarak dikkat çekmektedir.

Müşteri memnuniyetini, özellikle pazarlama alanında sıklıkla üzerinde durulan ve geçmişten günümüze akademik alanda çok sayıda çalışmanın yapıldığı bir konu olarak değerlendirmek mümkündür. Bu kavrama ilişkin çok sayıda tanım bulunmakla birlikte, bunların içerik olarak birbirine yakın ve benzer tanımlamaların olduğu görülmektedir. Yapılan bir tanıma göre müşteri memnuniyeti, bir ürünün tüketiminden sonra, o ürüne yönelik tüketim öncesi beklentiler ile ürünün gerçek performansı arasındaki algılanan farka yönelik tüketici reaksiyonudur (Day, 1984: 496). Diğer bir tanımla memnuniyet, tüketicilerin, tüketim deneyimleri sonucu elde ettikleri çıktılarını beklentilerini karşılama ya da karşılamama durumuna gösterdikleri tepkidir (Oliver, 1999:34). Burada, tüketim deneyiminin müşteri beklentileriyle örtüşmesi durumu memnuniyet oluştururken, tüketim deneyiminin müşteri beklentilerinin altında gerçekleşmesi ise memnuniyetsizlik durumu oluşturmaktadır. Müşteri memnuniyetine ilişkin diğer bir güncel tanıma göre ise, bir ürün ya da hizmete yönelik satın alma sonrası yapılan tüketici değerlendirmeleri sonucu gerçekleşen duygusal tepkilerdir (Prasadh, 2018: 179). Bu tanımlamalardan hareketle müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğini, bir ürün ya da hizmeti satın alma sonrası tüketicilerin beklentilerini karşılama veya karşılamama durumuna göre oluşan bir duygusal tepki olarak değerlendirilmek mümkündür.

İşletmeler tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin müşteri beklentilerini karşılama veya beklentilerin ötesine geçmesiyle ilgili bir kavram olarak müşteri memnuniyeti (Rashed ve diğ., 2018: 24), müşterilerin satın aldığı bir ürünün beklentilerini karşılmasıyla ya da ürünün müşterinin bu istek ve beklentilerinin ötesine geçmesiyle sağlanır. Her iki durumda da müşteri istek ve beklentilerinin minimum düzeyde gerçekleşmesi ve bazı durumlarda bu beklentilerin ötesine geçilmesi söz konusudur (Çelik, 2012: 33-34). Oliver (1993: 418-419), tatmin edici bir satın alma deneyiminin, tekrar satın alma davranışına neden olabilecek bir ürüne yönelik tüketici ilgisinin devamlılığı açısından önemli bir gereklilik olduğunu belirtmekte ve müşteri memnuniyetine yönelik çalışmaların önem taşıdığını belirtmektedir. Yazar, tüketicilerin bir ürüne yönelik performans algılarını tüketim öncesi beklentilerle karşılaştırdıklarını, bu karşılaştırma sonucunda beklenti onaylamama durumunun memnuniyet kararlarında önemli bir etkiye sahip olduğunu belirterek beklenti onaylamama kuramıyla müşteri memnuniyetini açıklamaktadır. Dolayısıyla, tüketicilerin bir ürün ya da hizmeti satın alma öncesi sahip olduğu beklentileri, ürün ya da hizmetin performansının karşılayıp karşılamamasının müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğinin oluşmasında kritik bir öneme sahip olduğu ifade edilebilir.

1.2.Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Önemi ve Memnuniyet/Memnuniyetsizlik Unsurları

Turizm endüstrisinin temel unsurlarından biri olarak otel işletmeleri, 7/24 hizmet sunumunun gerçekleştiği, müşteri-çalışan arasındaki ilişkilerin oldukça önemli olduğu ve rekabetin yoğun bir şekilde yaşandığı işletmelerdir. Müşteri memnuniyetini sağlayarak rekabette üstünlük sağlama çabası içerisindeki otel işletmeleri, bu unsuru faaliyetlerinin odak noktasına koymakta, müşterilerini en yüksek düzeyde memnun etmeye çalışmaktadırlar. Müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine yönelik unsurların neler olduğunun anlaşılması, müşterilerin beklentilerine uygun hizmetin sunulabilmesi ve tatmin duygusunun artırılması açısından önem taşımaktadır.

Çelik (2012: 33-34), hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin, hizmetin sunumu ve tüketimi esnasında, müşterilerin beklentilerinin ve isteklerinin karşılanması ile sağlanabildiğini, bununla birlikte memnuniyetsizlik ya da memnuniyetin, hizmet sunumunda hemen ortaya çıkan bir durum olduğunu belirtmektedir. Yazara göre, müşteri tüketim süreci sonucunda ya memnun ya da kızgın bir şekilde işletmeden ayrılmakta, kızgın ayrılmasının temelinde isteklerinin/beklentilerinin karşılanamaması yatmakta ve bu da müşteri memnuniyetsizliğine neden olmaktadır. Bulut (2011: 389), özellikle hizmet sektöründe müşteri memnuniyeti kavramının daha fazla ön plana çıktığını, hizmet sektöründeki otel işletmelerinin de müşterilerini en üst düzeyde memnun etme isteğinde olduğunu belirtmektedir. Yazar, müşteri memnuniyeti sağlamaya yönelik çabaların en önemli nedeninin müşterilerin aynı oteli tekrar tercih etmesini sağlamak olduğunu belirterek müşteri sadakati oluşturmada memnuniyetin önemine işaret etmektedir. Cengiz Mutlubaş ve Soybalı (2017:4), bu görüşü destekleyerek, işletmelerin yeni müşteri elde etmelerinin maliyetli olduğuna, yeni müşteriler kazanmak yerine mevcut müşterilerin memnuniyet düzeylerini yüksek tutarak sadakatlerini kazanma yoluna gitmelerinin önemine vurgu yapmaktadırlar. Yazarlar, müşteri memnuniyeti ile müşteri sadakati arasında pozitif yönlü kuvvetli bir ilişkiye dikkat çekmekte, otel işletmelerinde konukların memnuniyet düzeyleri arttıkça sadakatlerinin de arttığını belirtmektedirler.

Müşteri sadakatinin sağlanarak otel işletmelerinin varlıklarını devam ettirmeleri ve karlılıklarını sürdürebilmeleri açısından müşteri memnuniyeti konusu kritik bir öneme sahiptir. Bu sebeple, ilgili alanyazın incelendiğinde, otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği unsurlarının tespitine yönelik çalışmaların sıklıkla yapıldığını görmek mümkündür (Sim ve diğ., 2006; Özer ve Günaydın, 2010; Bulut, 2011;

Berezina ve diğ., 2016; Cengiz Mutlubaş ve Soybalı, 2017; Shah ve diğ., 2018). Özer ve Günaydın (2010) tarafından Marmaris bölgesindeki otel işletmelerinde gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, personelin güler yüzlü olması, kayıt işlemlerinin hızı ve bilgilendirme, çıkış işlemlerinin hızı, yemeklerin kalitesi, çeşitliliği, temizlik, personelin ilgisi gibi unsurlar müşteri memnuniyetinin sağlanmasında en önemli unsurlar olarak dikkat çekmektedir. Sim ve diğ. (2006) tarafından otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti unsurlarının tespitine yönelik yapılan çalışmada, çalışanlar tarafından sunulan hizmetin kalitesi, çalışanların müşteri ihtiyaçlarını karşılamadaki yeterlilikleri, otelin mimari dizaynı, dekoru ve atmosferi, otelin konumu, alışveriş ve araç park yeri olanakları ile odalarda sunulan imkanların müşteri memnuniyetinde önemli unsurlar olduğu ve bunların müşteri sadakati üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşıldığı görülmektedir.

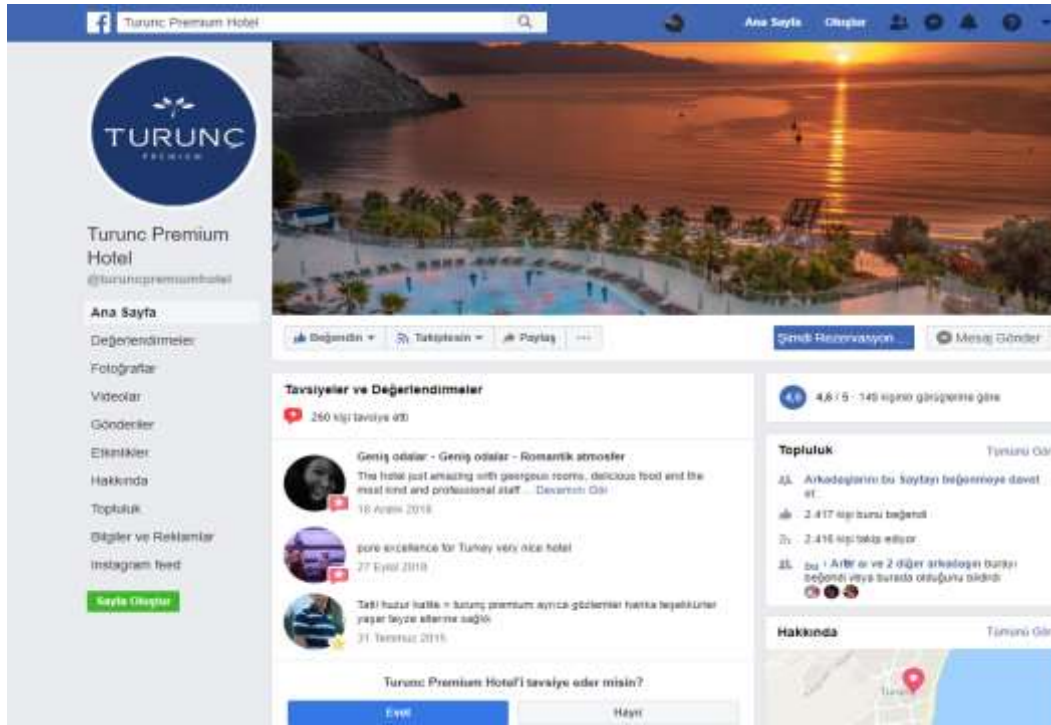
Cherapanukorn ve Charoenkwan (2017) tarafından Chiang Mai, Tayland'daki otel işletmelerine ilişkin TripAdvisor'da yapılan çevrimiçi müşteri yorumlarında müşteri memnuniyeti unsurlarının tespitine yönelik sözcük bulutu tekniği ile analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, otel olanakları, oda ve yatak temizliği, dekorasyon, otelin konumu, personelin tutumu ve hizmet en önemli memnuniyet unsurları olarak belirtilmekteyken, gerçekleştirilen analiz sonucunda kibar ve yardımsever personel, oda olanakları, kahvaltı ve havuzların otel müşterilerinin yorumlarında en çok yer alan memnuniyet unsurları olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte bu çalışma sonuçlarına göre, rezervasyonla ilgili problemler, fiyatlar, odalardaki banyo ve duş olanakları da en önemli memnuniyetsizlik unsurları olarak dikkat çekmektedir. Otel işletmelerine yönelik TripAdvisor'daki yorumlar incelenerek memnuniyet ve memnuniyetsizlik unsurlarının incelendiği diğer bir çalışma (Berezina ve diğ., 2016), otel odalarının fiziki özellikleri, odalarda sunulan imkanlar (yatak, havlu, halı, koltuklar), ekstra hizmet ve ücretlendirmeler, personelin olumsuz tutumları, uygunsuz davranışları, mesleki bilgi eksiklikleri ve yetersizlikleri, ilgisiz davranışlarının müşteriler tarafından yorumlarda ifade edilen en önemli memnuniyetsizlik unsurları olduğunu, bu unsurların aynı zamanda müşteri memnuniyetinin sağlanmasında da önemli bir rol oynadığı ortaya koymaktadır. Söz konusu çalışmada otelde çalışan personelin müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği oluşmasında en önemli faktör olduğu vurgulanmaktadır.

1.3.Otel İşletmelerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Çevrimiçi Müşteri Yorumları

Sosyal medya, çevrimiçi ortamda kişilerin içerikler oluşturmasına ve bunları diğer kişilerle paylaşmasına olanak sağlayan, Web 2.0 teknolojisi ile birlikte ortaya çıkan internet tabanlı uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Çevrimiçi ortamdaki herhangi bir içeriği (resim, video, yazı, vb.), çeşitli şekillerde paylaşmaya olanak sağlayan sosyal medyanın, kısa zamanda günümüzün en önemli iletişim araçlarından biri konumuna geldiği görülmektedir. İnternete erişim imkanlarındaki artış ve akıllı telefon teknolojisinin gelişimi, sosyal medyanın kişiler arasında kullanımını her geçen gün daha da artırmakta, işletmeler tarafından da mevcut ve potansiyel müşterilere ulaşmada sosyal medya önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal medyayı, turizm endüstrisini önemli derecede etkileyen yeni bir teknoloji olarak niteleyen Leung ve diğ. (2013: 3-17), potansiyel turistlerin tatil kararlarında, turizm işletmelerinin faaliyetlerinde ve yönetiminde ağırlama ve turizm işletmelerinin sosyal medyanın etkinliğini dikkate almalarının önemli bir zorunluluk olduğunu ifade etmektedirler. Bundan dolayı günümüzde, çeşitli alanlarda faaliyet gösteren tüm işletmeler gibi turizm endüstrisindeki konaklama işletmelerinin de sosyal medyayı yoğun bir biçimde kullandıkları görülmektedir. Sosyal medyada işletmeler ya da tatil yöreleriyle ilgili paylaşılan içerikler, potansiyel turistlerin tatil yeri tercihlerini de etkileyebilmekte, bu da konaklama işletmelerinin sosyal medya mecralarında yer almalarını teşvik etmektedir. Dolayısıyla, konaklama işletmelerinin yöneticileri, sosyal medyayı kurumsal düzeyde, konaklama işletmesinin kârlarını arttırma, müşteri memnuniyeti sağlama gibi hedeflerine ulaşmada etkili bir araç olarak kullanılmaktadırlar (Yılmazdoğan ve Özel, 2014: 38).

Resim 1: Turunc Premium Hotel Kurumsal Facebook Sayfası



Kaynak: <https://www.facebook.com/turuncpremiumhotel/>

Eryılmaz ve Zengin (2014: 43), satın alma öncesi deneme şansı olmayan hizmetler hakkında kullanıcı görüşlerinin alınmasında sosyal medyayı önemli bir kaynak olarak nitelendirmekte, tüketicilere ulaşma, hizmetlerin tanıtımı, tüketicilerden yaşadıkları hizmet deneyimleriyle ilgili geribildirimler alma gibi hususlarda sosyal medyanın işletmeler için etkin bir araç olduğundan bahsetmektedirler. Yazarlar, Twitter, Bloglar, Instagram, Facebook gibi sosyal ağlarda otel işletmeleri veya diğer kişiler tarafından paylaşılan fotoğraf, bilgi, video, yorumlara ulaşılabilmesini, bunların potansiyel turistlerin tercihlerini etkileyebilecek önemli unsurlar olduğunu belirtmektedirler.

Dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya araçlarından biri olarak Facebook, otel işletmelerinin pazarlama, iletişim ve işletme faaliyetlerinde yoğun bir biçimde kullandığı bir mecra olarak dikkat çekmektedir. Karamehmet ve Aydın (2017) tarafından Türkiye'deki 5 yıldızlı otel işletmelerinin tamamı üzerinde gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye'deki 612 adet 5 yıldızlı otel işletmesinin 441 adedinin (%72) kendi Facebook sayfası bulunmakta ve aktif bir şekilde kullanmakta, %28'inin ise Facebook hesapları bulunmamakta ya da aktif olarak kullanmamaktadırlar. Chan ve Guillet (2011) tarafından otel işletmelerinin sosyal medya pazarlaması performanslarının incelendiği bir çalışmada, 23 sosyal medya aracı içerisinde Twitter (%56,7) ve Facebook (%53,7)'un Hong Kong'daki otel işletmeleri tarafından en çok kullanılan sosyal medya araçları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte çalışma bulgularında, otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerini en yoğun gerçekleştirdiği sosyal medya aracının Facebook olduğu, sunulan ürün ve hizmetlere yönelik indirimlerle otel konuklarının Facebook sayfasına yaptığı yorum ve şikayetlere cevap vermenin otel işletmelerinin en sık yaptığı faaliyetler olduğu ortaya konmaktadır.

Facebook gibi sosyal medya araçları kişilere, takip ettikleri işletmeler hakkında bilgi edinme, işletmenin yazılı ve görsel paylaşımlarından haberdar olma imkanı vermektedir. Ayrıca, kurumsal Facebook sayfalarında yer alan değerlendirme kısmında, müşteriler işletme hakkında yorumlarını yazabilmekte, deneyimlerini otel ve diğer takipçilerle paylaşabilmekte ve memnuniyet ya da memnuniyetsizliklerini buradan iletebilmektedirler. Bu yorumlar, potansiyel müşteriler için bir referans olabilmekte, otel işletmesini tercih etmeleri ya da etmemelerini etkileyebilmektedir. Bu bakımdan, otel işletmesi hakkında yapılan çevrimiçi müşteri yorumları dikkate alınması gereken önemli hususlardan biri olarak ifade edilebilir.

Çevrimiçi ortamda, çeşitli sosyal medya araçları üzerinden işletme hakkında yapılan tüketici yorumları, otel işletmelerinin müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği unsurlarını anlamalarında kritik bir öneme sahiptir (Li ve diğ., 2013:785). Çevrimiçi yorumlar ile müşteriler, hizmet ya da ürünlerle ilgili deneyimlerine dayalı olarak memnuniyet düzeylerini değerlendirebilmekte, beklentilerini ifade edebilmekte, yıldız vererek puanlayabilmekte, işletme hakkında yorum yapabilmektedirler (Bilgihan ve diğ., 2018: 604-605). Müşteriler

tarafından yapılan yorumlar söz konusu sayfayı takip eden diğer kişiler tarafından okunabilmekte, yorumlara katılma derecelerini belirterek yapılan bu yorumlara cevap verilebilmektedir. Otel işletmelerine yönelik sosyal medyada yapılan müşteri yorumlarının, işletmelerin sunmuş oldukları hizmetlerle ilgili performanslarını müşteri bakış açısıyla değerlendirmeleri, memnuniyet ve memnuniyetsizlik unsurlarının tespiti ve müşteri beklentilerinin anlaşılması açısından fırsatlar sunması nedeniyle oldukça önem taşıdığı ifade edilebilir.

2.YÖNTEM

Sosyal medya günümüzde, müşterilerin yaşadıkları hizmet deneyimlerine ilişkin işletmeler hakkında değerlendirmeler yaparak memnuniyet ya da memnuniyetsizliklerini ifade ettikleri önemli bir iletişim aracı konumundadır. Bu noktadan hareketle bu araştırmanın amacı, son yıllarda otel işletmelerinin aktif bir şekilde yer aldıkları sosyal medya aracı olan Facebook'taki müşteri yorumlarında müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine ilişkin unsurları analiz ederek otel işletmeleri için çıkarımlarda bulunmaktır. Twitter, Instagram, YouTube gibi diğer sosyal medya araçları arasında Facebook'un Türkiye'de en çok kullanıcıya sahip sosyal medya aracı olması (<https://www.haberturk.com/>) bu çalışmada veri toplama aracı olarak tercih edilmesine neden olmuştur. Araştırmada, otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarında yapılan yorumların müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği açısından analiz edilerek bu unsurların neler olduğunun anlaşılması, otel işletmelerinin müşteri memnuniyeti sağlamaya yönelik faaliyetlerinin başarısı açısından önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın evrenini, Muğla ili sınırları içerisindeki Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumları oluşturmaktadır. 5 yıldızlı otel işletmelerinin daha profesyonel bir yönetim anlayışına sahip olmaları ve dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya araçlarından biri olan Facebook'ta kurumsal işletme sayfaları ile yaygın ve aktif bir şekilde yer almaları bu araştırma evreninin seçiminde etkili olmuştur.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genele Müdürlüğü resmi internet sitesinde (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>) 02.01.2019 tarihinde yayınlanan güncel listeye göre Marmaris'te faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip 5 yıldızlı otel işletmesi sayısı 17'dir. Listedeki otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarının incelenmesi sonucu, 3 adet otel işletmesinin kurumsal Facebook sayfasında müşteri değerlendirme ve yorum kısmının bulunmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, 14 adet otel işletmesinin kurumsal Facebook sayfalarında yapılan 1385 adet yorumdan, müşteri memnuniyeti/memnuniyetsizliği unsurlarını içeren, amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiş 460 adet müşteri yorumu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemi, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında kullanılan, bir çalışmada çalışılan soruları açıklığa kavuşturacak zengin bilgi içeren durumları seçmeyi amaçlayan örnekleme yöntemidir (Tarhan, 2015: 653). Araştırma kapsamında analiz edilen müşteri yorumlarının 2016, 2017 ve 2018 yıllarına ait olması ve Türkçe ve İngilizce dillerinde olması çalışmadaki sınırlılıkları oluşturmaktadır.

Araştırma örnekleminde verilerin toplanmasında, doküman incelemesi tekniğinden yararlanılmıştır. Doküman incelemesini, araştırılması hedeflenen olay veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsayan bir teknik olarak tanımlayan Şimşek (2009: 40-43), nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan veri toplama tekniklerinden biri olduğuna dikkat çekmektedir. Yazara göre, doküman incelemesinde gerçekleştirilen işlemler şunlardır:

- Dokümana ulaşma,
- Dokümanların orijinalliğinin kontrol edilmesi,
- Dokümanların incelenmesi ve anlaşılması,
- Dokümanlardaki verilerin analiz edilmesi,
- Verilerin kullanılması.

Araştırmada, doküman incelemesi tekniği ile müşteri yorumlarından elde edilen verilerin çözümlemesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, mektup, tarihsel dokümanlar, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanabilir (Sert ve diğ., 2012:353). Alanyazın taraması ve müşteri yorumlarının incelenmesi sonucu, müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği unsurları kodlanarak sınıflandırılmıştır. Verilerin analizi, kodlanması ve sınıflandırılmasında MAXQDA Analytics Pro nitel veri analiz programından yararlanılmıştır. Müşteri yorumlarının analizinden elde edilen memnuniyet ve memnuniyetsizlik unsurları ana kod ve alt kodlara ayrılarak sınıflandırılmıştır.

Araştırmada, kodlama güvenilirliğini test etmek amacıyla Cohen's Kappa analizi gerçekleştirilmiştir. Bir araştırmacının, araştırmaya başlamadan önce bir konuyu önceden tanımlanmış üç ya da daha fazla kategoriye

ayırması ve kodlamaları buna göre yapması sıklıkla görülen bir durumdur. Bu kategorilendirme ve kodlamanın güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla araştırmacılar, bu alanda uzman bir ya da birden fazla başka araştırmacıdan aynı konuyu bağımsız bir şekilde değerlendirmesini ve kodlamasını ister. Cohen's Kappa, nominal (kategorik) bir ölçekte, iki değerlendirici arasındaki uyum katsayısının belirlenmesinde sıklıkla kullanılan yöntemlerden biridir (Warrens, 2014: 1). Bu tekniğin basit uyum istatistiğine göre avantajı, uyumun şans ile ortaya çıkması beklenen kısmında düzeltme yapmasıdır. Dolayısıyla, değerlendiriciler arası uyumun şans eseri ortaya çıkma olasılığını da hesaba katmaktadır (Aydın Kasap ve diğ., 2017: 445).

Bu araştırmada, müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine ilişkin unsurlar ayrı ayrı kategorilendirildiğinden güvenilirliğe yönelik iki ayrı analiz gerçekleştirilmiştir. Müşteri yorumları, alanında uzman başka bir araştırmacı tarafından bağımsız bir şekilde ayrı zamanlarda yeniden kodlanmıştır. İki araştırmacı tarafından yorumlarda memnuniyet ve memnuniyetsizliğe yönelik yapılan kodlamalar IBM SPSS Statistics 21 programına aktarılmış ve iki değerlendirici arasındaki kodlama güvenilirliği Kappa analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: Değerlendiriciler Arası Güvenirlik (Kappa Testi)

| | Kappa Değeri | p |
|---------------------------|--------------|-------|
| Müşteri Memnuniyeti | 0.751 | 0.000 |
| Müşteri Memnuniyetsizliği | 0.907 | 0.000 |

Tablo 1 incelendiğinde, müşteri memnuniyetine yönelik kodlamalarda Kappa değerinin 0.751, memnuniyetsizliğe yönelik kodlamalarda ise bu değer 0.907 olduğu görülmektedir. Kappa istatistiği, -1 ile +1 arasında değerler alan bir istatistik olup, bu istatistiğin 0'dan küçük olması uyumun olmadığını, 1 olması ise tam bir uyumun olduğunu belirtir (Keskin, 2004: 169). Elde edilen değerlerin yorumlanmasında Landis ve Koch (1977: 165) tarafından önerilen uyum aralıkları şu şekildedir:

Tablo 2: Kappa İstatistiği Değer Aralıkları ve Uyum Gücü

| Kappa İstatistiği | Uyum Gücü |
|-------------------|-----------------|
| < 0.00 | Zayıf |
| 0.00-0.20 | Önemsiz |
| 0.21-0.40 | Vasat |
| 0.41-0.60 | Orta |
| 0.61-0.80 | Önemli |
| 0.81-1.00 | Mükemmele Yakın |

Bu uyum aralıkları dikkate alındığında, müşteri memnuniyetine yönelik kodlamalarda iki araştırmacı arasındaki uyumun (0.751) önemli düzeyde olduğu, memnuniyetsizliğe yönelik kodlamalarda ise bu uyumun (0.907) mükemmele yakın düzeyde gerçekleştiği görülmektedir.

3.BULGULAR

Otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarının analizi ile elde edilen verilerin cinsiyete ve müşteri pazarına göre dağılımı tablo 3'te verilmektedir. Bu verilere göre, araştırma kapsamında analiz edilen 460 adet yorumdan 232'si (%50,4) erkek, 228'i (%49,6) ise kadın müşterilere ait yorumlardır. Bununla birlikte, iç pazar müşterisi sayısı 250 (%54,3) iken, dış pazar müşteri sayısının ise 210 (%45,7) olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Müşteri Yorumlarının Cinsiyete ve Müşteri Pazarına Göre Dağılımları

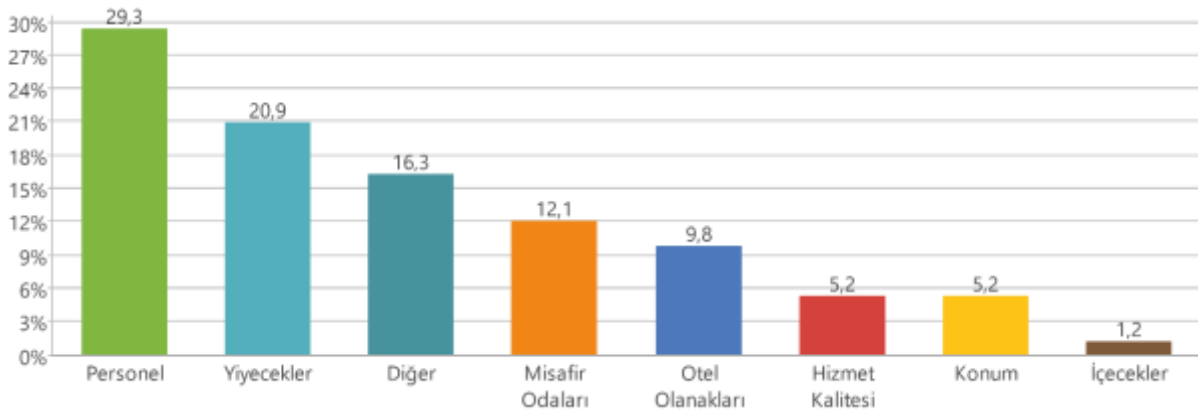
| Kod Sistemi | Pazar | Dış Pazar | İç Pazar | TOPLAM |
|-------------|-------|-----------|----------|--------|
| ▼ Cinsiyet | | | | 0 |
| Erkek | | ● | ● | 232 |
| Kadın | | ● | ● | 228 |
| Σ TOPLAM | 0 | 210 | 250 | 460 |

3.1. Müşteri Memnuniyet Unsurlarına İlişkin Bulgular

Şekil 1’de, otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarının analizi sonucu bulgulardan elde edilen müşteri memnuniyeti unsurları görülmektedir. Şekilde, memnuniyete ilişkin müşteri yorumlarından elde edilen 8 ana unsur olduğu görülmektedir.

Şekil 1: Müşteri Memnuniyeti Unsurları

Şekil 1 incelendiğinde, müşteri yorumlarında memnuniyete ilişkin ifadelerin en sık yer aldığı ana unsurlar sırasıyla personel, yiyecekler, diğer, misafir odaları, otel olanakları, hizmet kalitesi, konum ve içecekler olarak tespit edilmiştir. Müşteri memnuniyetine ilişkin ifadelerin memnuniyet ana unsurlarında bulunma sıklığına göre oranları Grafik 1’de verilmektedir.

Grafik 1: Müşteri Memnuniyet Unsurlarına İlişkin Oranlar

Tablo 4: Müşteri Memnuniyet Unsurlarına İlişkin Frekans ve Yüzdeler

| Ana Unsurlar | n | % | Alt Unsurlar | n | % |
|-----------------|-------------|------------|---------------------------------------|-----|------|
| Personel | 354 | 29,3 | Kibar Nazik ve Saygılı Olması | 90 | 25,4 |
| | | | Güleryüzlü Olması | 85 | 24,0 |
| | | | İşlerini İyi Yapmaları | 79 | 22,3 |
| | | | Misafirle İlgili Olması | 60 | 16,9 |
| | | | Yardımsaver Olması | 40 | 11,3 |
| Yiyecekler | 253 | 20,9 | Lezzetli Olması | 176 | 69,6 |
| | | | Yemek Çeşitlerinin Yeterliliği | 50 | 19,8 |
| | | | Yiyeceklerin Kaliteli Olması | 27 | 10,7 |
| Diğer | 197 | 16,3 | Genel Temizlik | 67 | 34,0 |
| | | | Doğal Ortamın Çekiciliği | 56 | 28,4 |
| | | | Denizin/Plajın Temizliği | 41 | 20,8 |
| | | | Otel Atmosferinin Cazip Oluşu | 20 | 10,2 |
| | | | Sessiz Sakin Ortam | 13 | 6,6 |
| Misafir Odaları | 146 | 12,1 | Temizliği | 55 | 37,7 |
| | | | Konforu | 49 | 33,6 |
| | | | Manzarası | 13 | 8,9 |
| | | | İdeal Büyüklükte Olması | 11 | 7,5 |
| | | | Yatakların Rahat Olması | 10 | 6,8 |
| | | | Modernliği | 8 | 5,5 |
| Otel Olanakları | 118 | 9,8 | Havuzlar | 39 | 33,1 |
| | | | Animasyonlar | 39 | 33,1 |
| | | | Akşam Eğlence Etkinlikleri | 17 | 14,4 |
| | | | Diğer(Türk Hamamı, Çocuk Kulübü, vb.) | 12 | 10,2 |
| | | | Spa Hizmetleri | 11 | 9,3 |
| Hizmet Kalitesi | 63 | 5,2 | Kaliteli Hizmet Verilmesi | 54 | 85,7 |
| | | | Hızlı Hizmet Verilmesi | 9 | 14,3 |
| Konum | 63 | 5,2 | Denize Yakınlığı | 38 | 60,3 |
| | | | Şehir Merkezine Yakınlığı | 25 | 39,7 |
| İçecekler | 14 | 1,2 | İçeceklerin Tadı | 12 | 85,7 |
| | | | Kaliteli Olması | 1 | 7,1 |
| | | | İçecek Çeşitlerinin Yeterli Olması | 1 | 7,1 |
| Toplam | 1208 | 100 | | | |

3.1.1. Personele İlişkin Memnuniyet Unsurları

Otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan memnuniyete ilişkin yorumlarda en sık ifade edilen (n=354) unsurların personelle ilgili olduğu görülmektedir. Yorumlarda personelin kibar, nazik ve saygılı olması (n=90), güleryüzlü olması (n=85), işlerini iyi yapmaları (n=79), misafirle ilgili olmaları (n=60) ve yardımsaver olmaları (n=40) en sık ifade edilen personelle ilgili memnuniyet alt unsurları olarak dikkat çekmektedir.

“Çalışanlar çok güler yüzlü, çok samimi”

“Personel muhteşem, güler yüzlü, nazik, müşteriyi memnun edebilmek için cansiperane çalışıyorlar”

“Staff were all lovely”

“The general staff are lovely”

“Tüm personelin güler yüzlü candan davranışları beni memnun etti”

“Lovely staff who became our friends”

“Staff are all smiley and so helpful”

“Staff are great helpful olly the entertainer is so funny”

“Personel çok ilgili güleryüzlü”

“Çalışanlar çok cana yakın güler yüzlü”

“Herkes bu kadar mı hassas itinalı olur özellikle güler yüzlü olmaları çok hoşuma gitti”

“Hizmet anlayışları ve personelin hem güleryüzlü olması hemde çok yardımcı olması hoşumuza gitti”

“Personel güler yüzlü saygılıydı”

- “Personel güler yüzlü ve yardımsever”
 “Ben bu kadar güler yüzlü ve profesyonel personeli bir arada görmedim”
 “Garsonlar son derece ilgili, nazik ve güler yüzlü”
 “Everybody really helpful, all staff were lovely”
 “As everyone has said so far the staff are the icing on the cake, polite and so helpful”

3.1.2. Yiyeceklere İlişkin Memnuniyet Unsurları

Müşteri yorumlarında memnuniyete ilişkin ifadelerin en sık tekrarlandığı (n=253) diğer bir ana unsur ise yiyecekler olarak tespit edilmiştir. Yiyeceklerle ilgili yorumlarda yiyeceklerin lezzetli olması (n=176) en sık tekrar edilen ifadeler olarak görülmekteyken, yemek çeşitlerinin yeterliliği (n=50) ve yiyeceklerin kaliteli olması (n=27) sıklıkla tekrar edilen diğer memnuniyet ifadeleri olarak dikkat çekmektedir.

- “Great choice of food, good quality of food”
 “The food had plenty of choice and variety and was ok”
 “Oteldeki en önemli şey yemeklerinin son derece harika olmasıydı bence. Açık büfede hiç sırada beklemek zorunda değilsiniz. Yemeklerin çeşitliliğini görünce gözünüz doyuyor yemek yiyemiyorsunuz”
 “Food is very good and has a very large selection”
 “Yemekler bir harika. Hem lezzetli hem nezih. Herşey kaliteli”
 “Akşam yemekleri süper. Çeşit iyi, sabah yeterli, öğlen zayıf ama gene de iyi”
 “Very good and fresh food selection”
 “Yemekler oldukça iyi her kesime hitap ediyor”
 “Yemek çeşitleri o kadar çok ki insanların kilo almama gibi bir şansı yok”
 “Yemekleri çok lezzetli çeşidi bol saymakla bitmez”
 “Brilliant food for everyone”
 “Food buffet was on of the best I ever tasted”
 “Yemek çeşidi yeterli ve lezzetli”
 “Great selection of dishes, beautifully presented and tasted”
 “All include food has lots of choice, fresh, hot and lots of it”
 “The kitchen had offered variety of food and it was pretty good”
 “Yemekler harika ve sadece göze hitap eden değil aynı zamanda mideye hitap eden güzellikte ve temizlikte ve bol çeşitli”

3.1.3. Diğer Memnuniyet Unsurları

Otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarında memnuniyete ilişkin ifadelerin en sık tekrarlandığı üçüncü kategori ise diğer unsurlardır. Bu unsurlar içerisinde otelin genel temizliği (n=67), doğal ortamın çekiciliği (n=56), denizin/plajın temizliği (n=41), otel atmosferinin cazip oluşu (n=20) ve sessiz sakin ortam (n=13) yer aldığı görülmektedir. Memnuniyete ilişkin diğer unsurlarla ilgili yorumlarda geçen bazı ifadeler şu şekildedir:

- “Doğa ve denizin birleştiği sakin havasıyla size güzel bir tatil hazzı bırakacaktır...”
 “Otelde deniz manzarasına karşı yemek yerken hoş ve dinlendirici sesiyle güzel tınılar unutulmaz bir tatil keyfi”
 “We were looking for relaxing holiday & certainly found it here”
 “Hotel is always clean”
 “Temiz ve temiz...”
 “Ortak kullanılan yerlerin temizliği, bakımı konusunda başarılı”
 “Güzel bakımlı tesis. Çok temiz”
 “Otelin temizliği odaların temizlik ve düzeni muhteşem”
 “Nice clean hotel”
 “Temizlik konusunda dört dörtlük bir otel mis gibi kokuyor”
 “Rooms are very clean so also the whole hotel”
 “Great atmosphere”
 “Süper bir otel personeli ve elit havası gerçekten fazlaca dikkat çekici”
 “Deniz ve koy harika...”
 “Amazing nature unbelievable place”
 “Denizi, kumsalı, konumu, doğası ve ambiyansı ile yaşanılması gereken bir tatil mekanı”
 “You will be amazed by natural beauty”
 “Hizmeti, denizi, kumu bağımlılık yapıyor”

3.1.4. Misafir Odalarına İlişkin Memnuniyet Unsurları

Müşteri memnuniyeti ile ilgili yapılan yorumlarda en sık tekrar edilen ifadelerden bir diğeri de misafir odaları ile ilgili memnuniyet unsurlarıdır. Odaların temizliği (n=55) ve konforu (n=49) bu kategoride en sık tekrar edilen ifadeler olarak dikkat çekmekteyken, odaların ideal büyüklükte olması (n=11), yatakların rahat olması (n=10) ve odaların modernliği (n=8) gibi unsurlar da müşteri yorumlarında ifade edilen diğer memnuniyet unsurlarıdır.

“The room was lovely, large double bed an done single bed with a large wardrobe space”

“Yatakları muhteşem ötesi çok dinlendirici ve keyif verici”

“Tertemiz güzel oda rahat yatak ve yastıklar”

“The beds were very comfortable”

“Rooms cleaned everyday”

“Odaların temizlik ve düzeni muhteşem”

“Very clean, comfy beds”

“Odalar son derece konforlu ve temiz”

“Oda konforu ver çalışanların güler yüzü memnun ediyor”

“The rooms look very nice and modern”

“Really nice updated rooms”

“The rooms are good size with beatifull sea view”

3.1.5. Otel Olanaklarına İlişkin Memnuniyet Unsurları

Müşteri yorumlarında memnuniyet ifadelerinin sıklıkla tekrarlandığı bir diğer ana unsur olarak otel olanakları görülmektedir. Havuzlar (n=39) ve animasyonlara (n=39) ilişkin ifadeler bu kategori altında en sık tekrarlanan memnuniyet ifadeleri olmakla birlikte, akşam eğlence etkinlikleri (n=17), Türk hamamı, çocuk kulübü gibi diğer otel olanakları (n=12) ve spa hizmetleri (n=11) de memnuniyete ilişkin ifadelerin yoğunlaştığı diğer alt unsurlardır.

“Kids club was great fort he kids though”

“Otelin en güzel yanı havuzları ve hamamıydı”

“Havuzlar büyük ve temizdi gerçekten”

“I would definitely recommend the Turkish bath and massage”

“Really would recommend you g oto the spa”

“Hotel facilities are absolutely fantastic”

“Animasyonları çok güzel”

“Great entertainment team and evening programme”

“Animasyon ekibi sabah bizlerle başlayıp güne gece geç saatlere kadar enerjileri azalmadan tüm müşterileri memnun etmek adına muhteşem gösterilerle emek vermekteler”

“Su oyunları, gece animasyonlar bir harikaydı”

“Gece animasyonu hergün farklı ve çok eğlenceliydi”

3.1.6. Hizmet Kalitesi, Otelin Konumu ve İçeceklerle İlişkin Memnuniyet Unsurları

Otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan yorumlarda otel olanaklarından sonra sırasıyla hizmet kalitesi, otelin konumu ve içecekler ana unsurlarında memnuniyete ilişkin ifadelerin sıklıkla yer aldığı tespit edilmiştir. Kaliteli hizmet verilmesi (n= 54) ve hızlı hizmet verilmesi (n= 9) hizmet kalitesine ilişkin ifadelerin bulunduğu alt unsurlar olarak görülmekteyken, otelin denize yakınlığı (n=38) ve şehir merkezine yakınlığı (n=25) konuma, içeceklerin tadı (n=12), kaliteli olması (n=1) ve içecek çeşitlerinin yeterli olması (n=1) içeceklerle ilişkin memnuniyet ifadelerinin yer aldığı alt unsurlardır.

“Excellent quality of service”

“Hizmeti ile muhteşem bir otel”

“Servis hızlı”

“Konum süper. Şehrin yakınında, ama onun dışında”

“Otel konum olarak çok güzel”

“Açık ve kapalı havuzu, ayrıca denize sıfır konumunda olması güzel”

“Wine was drinkable which is a plus plus”

“Çayı ve türk kahvesi çok iyi”

“There are a great range of drinks available”

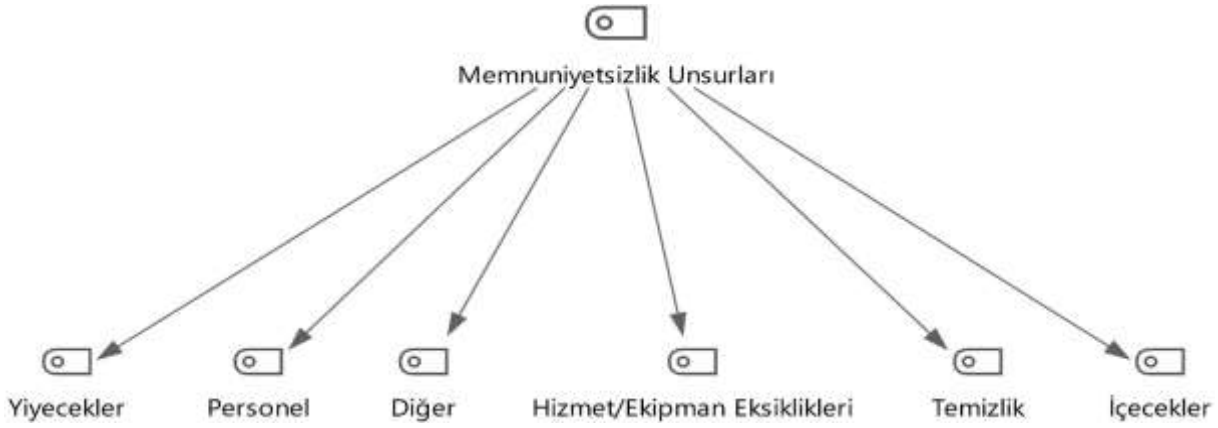
“Good quality of food”

Müşteri memnuniyetine yönelik otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarının analizi sonucu elde edilen bulgulara göre, yorumlarda memnuniyete ilişkin ifadelerin en sık personel ana unsuru altında olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla yiyecekler, diğer, misafir odaları, otel olanakları, hizmet kalitesi, konum ve içeceklerle ilgili memnuniyet ana unsurları takip etmektedir.

3.2.Müşteri Memnuniyetsizliği Unsurlarına İlişkin Bulgular

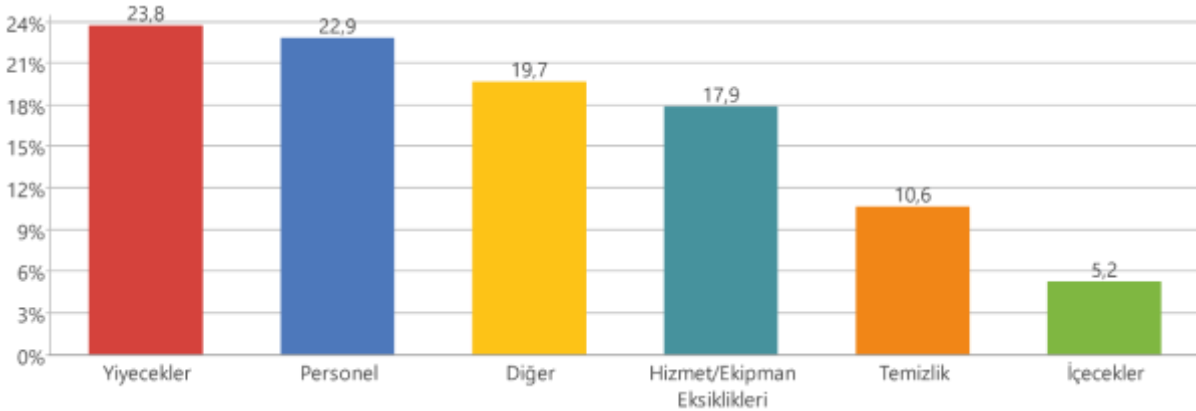
Şekil 2’de, otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan yorumlarda müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin ifadelerin 6 ana unsur altında toplandığı görülmektedir. Müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin ifadelerin en sık yer aldığı ana unsurun yiyecekler (n=105) olduğu, bunu sırasıyla personel (n=101), diğer (n=87), hizmet/ekipman eksiklikleri (n=79), temizlik (n=47) ve içecekler (n=23) ana unsurlarının takip ettiği görülmektedir.

Şekil 2: Müşteri Memnuniyetsizliği Unsurları



Müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin ifadelerin bulunma sıklığına göre ana unsurların oranları grafik 2’de verilmektedir.

Grafik 2: Müşteri Memnuniyetsizlik Unsurlarına İlişkin Oranlar



Tablo 5: Müşteri Memnuniyetsizlik Unsurlarına İlişkin Frekans ve Yüzdeler

| Ana Unsurlar | n | % | Alt Unsurlar | n | % |
|------------------------------------|------------|-------------|---|----|------|
| Yiyecekler | 105 | 23.8 | Lezzetsiz Olması | 37 | 35.2 |
| | | | Çeşitlerin Az Olması | 23 | 21.9 |
| | | | Kalitesiz Olması | 20 | 19.0 |
| | | | Sürekli Aynı Yiyeceklerin Olması | 18 | 17.1 |
| | | | Hijyenik Olmaması | 7 | 6.7 |
| Personel | 101 | 22.9 | İşlerini İyi Yapmaması | 35 | 34.7 |
| | | | İlgisiz Olmaları | 29 | 28.7 |
| | | | Kaba Davranışları | 19 | 18.8 |
| | | | Güler Yüzlü Olmaması | 12 | 11.9 |
| | | | Disiplinsiz Davranışlar | 6 | 5.9 |
| Diğer | 87 | 19.7 | Kötü Hizmet Kalitesi | 39 | 44.8 |
| | | | Ekstra Ücretli Hizmetlerin Fazla Olması | 21 | 24.1 |
| | | | Otopark Yetersizliği | 11 | 12.6 |
| | | | Otelin Gürültülü Olması | 11 | 12.6 |
| | | | Ulaşım ve Güvenlik Sorunları | 5 | 5.7 |
| Hizmet/Ekipman Eksiklikleri | 79 | 17.9 | Aktivitelerin Azlığı | 18 | 22.8 |
| | | | Odalardaki Eski/Bozuk Eşyalar | 18 | 22.8 |
| | | | Diğer Eksiklikler | 16 | 20.3 |
| | | | Yetersiz Kablosuz Ağ Bağlantısı | 12 | 15.2 |
| | | | Şezlong Yetersizlikleri | 11 | 13.9 |
| | | | Havuzların Yetersizliği | 4 | 5.1 |
| Temizlik | 47 | 10.6 | Odaların Temiz Olmaması | 30 | 63.8 |
| | | | Genel Temizliğin Kötü Olması | 13 | 27.7 |
| | | | Denizin/Plajın Kirliliği | 4 | 8.5 |
| İçecekler | 23 | 5.2 | Tatlarının Kötü Olması | 9 | 39.1 |
| | | | Kalitesiz Olması | 8 | 34.8 |
| Toplam | 442 | 100 | Çeşitlerin Az Olması | 6 | 26.1 |

3.2.1. Yiyeceklere İlişkin Memnuniyetsizlik Unsurları

Tablo 5 incelendiğinde, otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarında memnuniyetsizliğe ilişkin ifadelerin en çok yoğunlaştığı ana unsurun yiyecekler (n=105) olduğu görülmektedir. Yiyeceklerin lezzetsiz olması (n=37), çeşitlerin az olması (n=23), kalitesiz olması (n=20), sürekli aynı yiyeceklerin olması (n=18) ve hijyenik olmaması (n=7) yiyeceklerle ilgili yorumlarda ifade edilen memnuniyetsizlik alt unsurlarıdır.

“Pis tabak ve bardaklar...”

“Old food that stuck to it not heigenic”

“Yiyecekler içecekler kalitesiz hep aynı, bazı yerlerde çok pis koku var”

“Yemek çeşidi az”

“Yemekler yemin ediyorum hindiden başka bir şey yok”

“Yemeklerin vasat olması, ara öğünlerin kalitesizliği”

“Hergün aynı yemekler çıkıyor ve taze yemek yok”

“Beş yıldızlı bir otele göre yemekler çok vasat hazır ürünler kullanılıyor kahvaltılı kötü kullanılan zeytin peynir kalitesiz”

“Yemekler gerçekten kötü”

“Yemekler lezzetsiz çeşit az”

3.2.2. Personele İlişkin Memnuniyetsizlik Unsurları

Müşteri yorumlarında yiyeceklerden sonra en çok ifade edilen memnuniyetsizlik ana unsurunun ise personel (n=101) olduğu görülmektedir. Bu ana unsur altında bulunan personelin işlerini iyi yapmaması (n=35), ilgisiz olmaları (n=29), kaba davranışları (n=19), güler yüzlü olmaması (n=12) ve disiplinsiz davranışları (n=12) memnuniyetsizlik alt unsurlarıdır.

- “Tecrübesiz elemanların çalıştığı ultra alakasız bir tesis”
 “Hizmet sıfırın altında kimse sizinle ilgilenmiyor”
 “Staff is not all helpful. Most of the staff looks very angry”
 “The staff are rude and ignorant”
 “Bir garson resmen yanımızda küfür etti”
 “Resepsiyondaki bey çok ahlaksız saygısız insanlarla nasıl iletişim kurulacağını bilmiyor”
 “Çalışanlar çok tecrübesiz ve acemi...yani çok yol katetmesi lazım...”
 “Animasyon ekibi yetersiz ve amatörece çocuklara çikolota partisi var diye anans yapıyorlar”
 “Personeli yıldırılmışlar yüzleri ne yazıkki gülmüyor”
 “Serviste bulunan elemanların yüzü gülmüyor”

3.2.3.Diğer Memnuniyetsizlik Unsurları

Müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin yorumlarda en sık ifade edilen üçüncü ana unsur olarak diğer unsurlar (n=87) görülmektedir. Kötü hizmet kalitesi (n=39), ekstra ücretli hizmetlerin fazla olması (n=21), otopark yetersizliği (n=11), otelin gürültülü olması (n=11), ulaşım ve güvenlik sorunları (n=5) diğer ana unsuru altındaki memnuniyetsizliğe ilişkin alt unsurlar olarak dikkat çekmektedir.

- “Güvenliğin olmamasından rahatsız olduk”
 “Havaalanında ulaşım çok kötü, yollar çok bozuk”
 “Enerji içeceği bile ekstra nasıl ultra herşey dahil bu anlamadım”
 “It’s not totally all inclusive as there are lots of extras i.e., ice cream at pool area, that you have to pay for”
 “Çok acemice verilen hizmetler”
 “Very bad service quality”
 “Dondurmayı kağıt çay bardağında vermesi, saat 2’yi geçmesine rağmen otele giriş yaptırmaması, oteli ultra herşey kötü hale getiriyor”
 “Otopark sorunu var vale hizmeti yok”
 “Otopark dolu yer yok”
 “Noisy untill midnight, very annoying if your wşth kids”
 “The music was blaring from the pool at 9 am right through to 5/6 at night”

3.2.4.Hizmet/Ekipman Eksikliklerine İlişkin Memnuniyetsizlik Unsurları

Müşteri yorumlarında ifade edilen memnuniyetsizlik ana unsurlarından dördüncüsü olarak hizmet/ekipman eksiklikleri (n=79) görülmektedir. Bu ana unsur altındaki alt unsurlar ise aktivitelerin azlığı (n=18), odalardaki eski/bozuk eşyalar (n=18), diğer eksiklikler (n=16), yetersiz kablosuz ağ bağlantısı (n=12), şezlong yetersizlikleri (n=11) ve havuzların yetersizliğidir (n=4).

- “Çocukları eğlendirecek hiçbir faaliyet göremedik”
 “Aktivite yok gezecek bir yer yok”
 “Entertainment in evening was practically non exist..”
 “Ara öğünde yiyecek bir şey almaya gittiğiniz tabak kalmaması”
 “Küçük bir restoranda yer kapma savaşı”
 “Otelin acil olarak bakıma eşyalarının değiştirilmesine ihtiyaç var”
 “Yataklar çekyattan bozma”
 “Air con works when it wants to”
 “Aircon that was working very poor”
 “Odalardaki fön makinaları yetersiz, bozuk”
 “Şezlonglar yetersiz. Hergün boş şezlong bulmak için yarışılırsunuz”
 “Sürekli çekmeyen wi-fi var”
 “Wi-fi only available in loby and pool area”
 “Havuz kalabalık olduğu için yetersiz kalıyor...”

3.2.5.Temizliğe İlişkin Memnuniyetsizlik Unsurları

Müşteri yorumlarında en sık ifade edilen beşinci memnuniyetsizlik ana unsuru temizlik (n=47) olarak dikkat çekmektedir. Bu ana unsur altında odaların temiz olmaması (n=30), otelin genel temizliğinin kötü olması (n=13) ve denizin/plajın krili olması (n=4) memnuniyetsizlikle ilgili alt unsurlardır.

- “Temizlik desen o da yok girdiğim hiçbir tuvalette klozet örtüsü yoktu”
 “Otele geldik iki gün sonra kızım alerji oldu onun ardından eşimin parmağı mikrop kapıp şıştı daha neler neler...”

“There’s completely no chance to have a moment to relax in silence or to swim in a clean sea without risk of being killed by a motor boat or poisoned by gasoline”

“Housekeeping bölümü çok yetersiz. Balkonlardaki sehpa bile silinmiyor kir içinde”

“Oda temizliği sıfır”

“Odalar iğrenç ve çok pis”

“The room was smelling terrible”

“4 gece kaldım çarşaf ve yastık kılıfları hiç değişmedi ve odada temizlik yapılmadı”

3.2.6.İçeceklere İlişkin Memnuniyetsizlik Unsurları

Otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarında en az sıklıkta (n=23) ifade edilen son memnuniyetsizlik ana unsuru ise içeceklerdir. İçeceklerin tatlarının kötü olması (n=9), kalitesiz olması (n=8) ve çeşitlerin az olması (n=6) bu ana unsur altındaki alt memnuniyetsizlik unsurları olarak görülmektedir.

“İçeceklerin çayın dahi bayat olduğu bir yer”

“İçecekler iğrenç, tatları berbat”

“Alkol olarak hiç duyulmadık markaların kullanılması”

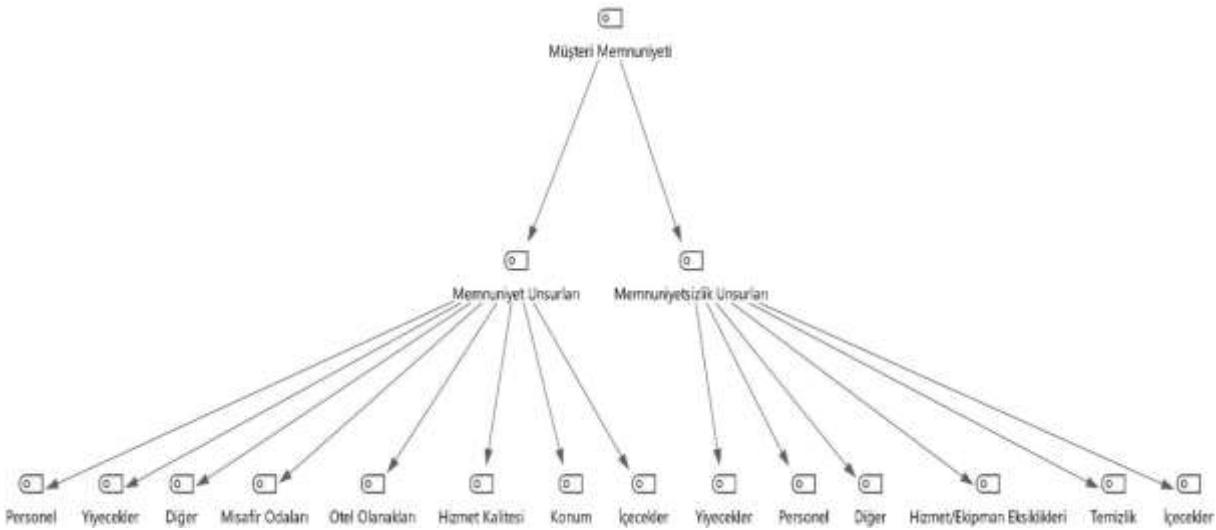
“İsmi belirsiz kalitesiz içkileri, taze sıkılmış portakal suyuna bile damacanayla oralet karıştırılması”

“The drinks were just as bad all the fizzy drinks..”

“Selection of all inclusive drinks poor”

Yukarıdaki bulgulara göre, otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarında, memnuniyete ilişkin ana unsurların 8, memnuniyetsizliğe ilişkin ana unsurların ise 6 başlık altında toplandığı görülmektedir. Hem müşteri memnuniyeti hem de müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin yorumlarda personel ve yiyecekler ana unsurlarının yorumlarda en sık ifade edilen unsurlar olduğu dikkat çekmektedir.

Şekil 3: Müşteri Memnuniyeti ve Memnuniyetsizliği Unsurları



TARTIŞMA VE SONUÇ

Müşteri memnuniyeti/memnuniyetsizliği, müşterilerin beklentileri ve aldıkları hizmet performansı ile ilgili bir unsurdur. Beklentilerin karşılanması memnuniyeti sağlarken, karşılanmaması memnuniyetsizliğe neden olabilmektedir. Turizm endüstrisi içerisinde önemli bir yer sahibi olan otel işletmeleri, işletme faaliyetlerinin başarısı, devamlılığı ve rekabet avantajı elde edebilmek için müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine neden olan unsurları analiz etmeli ve iyi anlamalıdır. Sosyal medya günümüzde, hem kişiler hem işletmeler tarafından yaygın bir şekilde kullanılmakta, önemli bir iletişim aracı olarak işlev görmektedir. Müşteriler, yaşadıkları hizmet deneyimleriyle ilgili memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini işletmelerin kurumsal sosyal medya sayfalarında yorum yaparak diğer kişiler ve işletmelerle paylaşmaktadırlar. Bu sebeple, işletmelerin kurumsal sosyal medya sayfalarına yapılan müşteri yorumlarının analizi, memnuniyet ve memnuniyetsizlik unsurlarının anlaşılmasında etkili bir yöntem olarak değerlendirilmekte ve kullanılmaktadır.

Otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumların analiz edilerek müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine ilişkin unsurları tespit etmenin amaçlandığı bu çalışmada, Marmaris’te bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumları analize tabi

tutulmuştur. Yorumların analizi sonucunda müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği unsurları tespit edilerek ana unsurlar ve alt unsurlara göre elde edilen veriler sınıflandırılmıştır.

Müşteri memnuniyetine ilişkin yorumların analizi sonucunda personel, yiyecekler, diğer, misafir odaları, otel olanakları, hizmet kalitesi, konum ve içeceklerin otel işletmelerindeki ana memnuniyet unsurları olduğu görülmektedir. Müşteri yorumlarında en çok ifade edilen memnuniyet ana unsuru personeldir. Bu ana unsur altında personelin konuklara karşı kibar nazik ve saygılı olmaları, güler yüzlü olmaları ve işlerini iyi yapmaları en dikkat çekici memnuniyet alt unsurlarıdır. Müşteri memnuniyetine yönelik yapılan diğer çalışmaların sonuçları incelendiğinde (Özer ve Günaydın, 2010; Torres ve diğ., 2014; Cengiz Mutlubaş ve Soybalı, 2017) personel nezaketi, ilgisi, işlerini iyi yapmaları, güler yüzlü olmalarının otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti açısından önemli unsurlar olduğu görülmekte ve bu araştırmanın sonuçları ile tutarlılık göstermektedir. Bu sebeple, otel işletmelerinde gelen konuklarla iletişim halindeki ön saha personelinin teknik bilgi ve becerilerinin yanında, güler yüzlü olmaları, konuğa karşı yardımsever, ilgili ve nazik olma özellikleri müşteri memnuniyeti açısından son derece önemli faktörlerdir.

Bu araştırma bulgularına göre, müşteri memnuniyetine yönelik yorumlarda en sık ifade edilen ikinci en önemli ana unsur ise yiyeceklerdir. Bu ana unsur altında yiyeceklerin lezzetli olması memnuniyete ilişkin en önemli alt unsurken, yemek çeşitlerinin yeterliliği ve yiyeceklerin kaliteli olması da müşteri yorumlarında sıklıkla ifade edilen yiyeceklerle ilgili alt memnuniyet unsurlarıdır. Bu sonuçlar, otel işletmelerinde müşteri memnuniyetinde kibar, nazik ve yardımsever çalışanların yanısıra restoran ve yiyeceklerin de önemli faktörler olduğunu ortaya koyan Cherapanukorn ve Charoenkwan (2017)'in çalışmasının sonuçları ile tutarlılık göstermektedir. Dolayısıyla, otel işletmelerinde sunulan yiyeceklerin lezzeti, çeşitliliği ve kalitesi otel işletmelerinde önemli müşteri memnuniyeti unsurları olarak ortaya çıkmaktadır. Otel işletmelerinin yöneticileri, konuk memnuniyetini sağlamak ve artırmak için bu unsurlar üzerinde yoğunlaşmalıdırlar.

Müşteri memnuniyetinde üçüncü sıradaki önemli ana unsurun, otel işletmelerinin genel temizliği, doğal ortamının çekiciliği, denizinin/plajının temizliği gibi alt unsurların oluşturduğu diğer ana unsur olduğu araştırma sonuçlarında görülmektedir. Otel işletmelerinde ortak kullanım alanlarının temizliği, bulunduğu doğal ortamın ve otel atmosferinin çekiciliği ve cazibesi, denizinin plajının temizliği gibi ifadeler otel işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önem taşıyan diğer anahtar unsurlar olarak müşteri yorumlarında dikkat çekmektedir. Otel işletmesindeki lobi, restoran ve tesisin genel temizliğiyle birlikte, atmosferi, ambiyansı, otelin bulunduğu doğal ortamın, denizin/plajın temizliği ve çekiciliği gibi hususlar müşteri memnuniyeti açısından üzerinde önemle durulması gereken unsurlar olarak görülmektedir. Otel işletmeleri, müşteri memnuniyetini sağlamak adına bu unsurlara önem vermeli, buldukları çevreyi, denizi, plajı temiz tutmalı ve doğal ortamı korumalıdırlar.

Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetine ilişkin yorumların analizi sonucunda, memnuniyete yönelik diğer önemli ana unsurun da misafir odaları olduğu tespit edilmiştir. Misafir odalarının temizliği ve konforu burada en önemli alt unsurlar olarak dikkat çekmekteyken, odaların manzarası, büyüklüğü, modernliği ve yatakların rahat oluşu yorumlarda ifade edilen memnuniyete ilişkin diğer alt unsurlardır. Bu sonuçlara benzer şekilde, Olcay ve Sürme (2014: 847) tarafından, otel işletmelerinde müşteri şikayet unsurlarını belirlemeye yönelik gerçekleştirilen çalışmada, oda konforu ve temizlik ana unsuru altında odanın fiziki yapısı, temizlik ve hijyeni, çarşaf, kılıf ve nevresimlerin temizliği, manzarası ve konumu, dekoru, yatağın rahatlığı gibi unsurların otel işletmelerinde müşteriler tarafından kabul gören memnuniyet unsurları olduğu ortaya konmuştur. Bundan dolayı, otel işletmelerinde misafir odalarıyla ilgili söz konusu özellikleri müşteri memnuniyeti açısından önemli bir unsur olarak değerlendirmek mümkündür.

Müşteri memnuniyet unsurlarına ilişkin gerçekleştirilen analiz sonucu elde edilen bulgularda, misafir odalarından sonra müşteri yorumlarında en sık ifade edilen diğer bir ana unsur ise otel olanaklarıdır. Burada, havuzların büyük ve temiz oluşu, animasyonların çeşitliliği ve eğlendirici olması, animasyon ekibinin performansı en önemli memnuniyet alt unsurları olarak müşteri yorumlarında ifade edilmektedir. Bunlarla birlikte, akşam gerçekleştirilen eğlence etkinlikleri ve spa hizmetleri, çocuk kulübü, Türk hamamı gibi otel olanakları otel işletmelerinde memnuniyete ilişkin diğer alt unsurlar olarak görülmektedir. Animasyonlar, gündüz ve gece eğlence etkinlikleri, spa hizmetleri, çocuklar için sunulan eğlence ve diğer olanakların otel işletmelerinde müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği, otel işletmesini tekrar ziyaret ve tavsiye etmeyi teşvik ettiği önceki araştırmalarda (Costa ve diğ., 2004; Demir ve Şen Demir, 2015; Lo ve diğ., 2015; Albayrak ve diğ., 2017) ortaya konulmaktadır. Otel olanaklarının geliştirilmesi, aktivite ve eğlence etkinliklerinin artırılması, müşteri memnuniyeti açısından önemli unsurlar olarak düşünülmeli, otel işletmesi yöneticileri tarafından gereken hassasiyet gösterilmelidir.

Hizmet kalitesi ana unsuru altında otel işletmelerinde sunulan hizmetlerin kaliteli ve hızlı olması müşteri yorumlarında ifade edilen memnuniyet unsurlarıdır. Otele giriş işlemlerinde, restoranda sunulan servisin hızı

ve kalitesinin müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Bu bulgu, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu yönde etkili olduğu sonucuna ulaşılan ilgili alanyazındaki (Suki, 2014; Şirin ve Aksu, 2016; Bucak ve Özarslan, 2016; Luo ve Qu, 2016) benzer araştırmaların sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir. Araştırma kapsamındaki otel işletmelerinin bir sahil yerleşim biriminde bulunması, konum olarak denize olan yakınlığın da önemli bir memnuniyet unsuru olarak ortaya çıkmasına neden olduğu ifade edilebilir. Ayrıca, otel işletmelerinde sunulan içeceklerin tadı, yorumlarda ifade edilen diğer bir memnuniyet unsuru olarak yer almaktadır. Müşteri memnuniyeti açısından bu unsurlara önem verilmesinin otel işletmeleri için fayda sağlayacağını belirtmek mümkündür.

Araştırma kapsamında otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarında analiz edilen diğer bir konu da müşteri memnuniyetsizlik unsurlarıdır. Müşterilerin hizmet beklentilerini karşılamayan, zamanında yapılmayan hizmetler, hizmet ekipmanlarıyla ilgili sorunlar ya da meydana gelen hizmet hataları memnuniyetsizliğe neden olmaktadır. Otel işletmelerinde memnuniyetsizliğe ilişkin müşteri yorumlarının analizi sonucu elde edilen bulgulara göre, müşteri memnuniyetsizliğini meydana getiren 6 ana unsurun olduğu görülmektedir. Memnuniyetsizlik ana unsurlarından ilki yiyeceklerle ilgiliyken personel, diğer, hizmet/ekipman eksiklikleri, temizlik ve içecekler diğer ana unsurlardır.

Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin yorumlarda en sık ifade edilen ana unsurun yiyecekler olduğu araştırma sonucunda ortaya konmaktadır. Bu sonuç, otel işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri şikayetlerinin incelendiği ve yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili şikayetlerin en çok ifade edilen temel şikayet unsuru olduğu sonucuna ulaşan Çulha ve diğ. (2009) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Burada, yiyeceklerin lezzetsiz ve kalitesiz olması, çeşitlerin az olması, sürekli aynı yiyeceklerin olması ve hijyenik olmaması yiyeceklerle ilişkin memnuniyetsizlik alt unsurları olarak tespit edilmiştir. Restoranda kullanılan tabak, bardak, masa örtüsü ve benzerinin kirli olması, yemeklerde kullanılan malzemelerin kalitesiz ve bayat olması, açık büfe restoranlarda yemek çeşitlerinin az olması gibi unsurların otel işletmelerinde müşteri memnuniyetsizliğine neden olduğu görülmektedir. İlgili alanyazın incelendiğinde de (Olca ve Sürme, 2014; Alrawadieh ve Demirkol, 2015; Demirci ve diğ., 2015) otel işletmelerinde yiyecek-içeceklerle ilgili benzer şikayet unsurlarının müşteri memnuniyetsizliğinde önemli rol oynayan faktörler olduğu dikkat çekmektedir.

Otel işletmelerinde yiyeceklerden sonra müşteri yorumlarında en sık ifade edilen memnuniyetsizlik ana unsurunun personel olduğu tespit edilmiştir. Personelin işlerini iyi yapmamaları ve ilgisiz olmaları en sık ifade edilen alt unsurlar olmakla birlikte, kaba ve disiplinsiz davranışları, güler yüzlü olmamaları ise diğer önemli memnuniyetsizlik unsurları olarak araştırma sonuçlarında ortaya çıkmaktadır. Otel işletmelerinde personelin konuklara karşı kibar, nazik, ilgili olması ve işlerini profesyonelce yerine getirmelerinin müşteri memnuniyetinde önemli bir rol oynadığı ilgili alanyazında daha önce yapılan çalışmalar (Cengiz Mutlubaş ve Soybalı, 2017) tarafından da desteklenen bir bulgudur. Bu sebeple, otel işletmeleri tarafından bu unsurların üzerinde önemle durulmalı, konuklara hizmet veren personelin bu özellikleri taşımasına dikkat edilmelidir. Konuklara karşı yardımsever, kibar, nazik, ilgili ve işlerini en iyi şekilde yerine getiren personel otel işletmelerinde müşteri memnuniyetini sağlayan anahtar bir faktördür.

Müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin diğer ana unsur altındaki kötü hizmet kalitesi ve ekstra ücretli hizmetlerin fazla olması en önemli alt unsurlar olarak dikkat çekmekteyken, otopark yetersizliği, otelin gürültülü olması, ulaşım ve güvenlik sorunları müşteri yorumlarında memnuniyetsizliğe ilişkin ifade edilen diğer unsurlardır. Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetinde olduğu gibi memnuniyetsizlikte de etkili ve belirleyici bir unsur olarak bu araştırmada kendini göstermektedir. Bu sebeple, müşteri memnuniyeti konusunda hizmet kalitesinin önemini tekrar vurgulamanın gerekli olduğu düşünülmektedir. Otel işletmelerinde konuklara sunulan bazı hizmetlerin ekstra olarak ücretlendirilmesinin (çay, kahve, su, vb.) de memnuniyetsizlik oluşturduğu görülmektedir. Burada, otel işletmelerinin ekstra ücret karşılığı sundukları hizmetler hakkında konuklarını rezervasyon ve konaklama aşamasında açık bir şekilde bilgilendirmeleri ya da düşük maliyetli bazı ürün ve hizmetlerini ücretsiz olarak sunmaları, müşteri memnuniyetsizliğinin meydana gelmesini engelleyebilecek ve hatta memnuniyeti sağlayabilecek tedbirler olarak otel işletmeleri tarafından değerlendirilebilir. Bununla birlikte, otopark yetersizliği, otelin gürültülü olması, ulaşım ve güvenlik sorunları ile ilgili memnuniyetsizlik unsurları da otel yöneticileri tarafından dikkatle ele alınması gereken önemli hususlardır. Bu sonuçlar, 5 yıldızlı otel işletmelerinde müşteri şikayetlerinin incelendiği ve düşük hizmet kalitesi, güvenlik hizmetleri, gürültülü ortam ve yüksek ekstra ücretlendirmeler gibi unsurların otel işletmelerinde önemli şikayet unsurları olduğunu ortaya koyan Demirci ve diğ. (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir.

Otel işletmelerinin Facebook sayfalarına yapılan müşteri yorumlarında ifade edilen diğer memnuniyetsizlik ana unsuru ise hizmet/ekipman eksiklikleridir. Otelde aktivitelerin az olması, odalardaki eski/bozuk eşyaların

yanı sıra yetersiz kablosuz ağ bağlantısı ve şezlong yetersizlikleri en sık ifade edilen alt memnuniyetsizlik unsurları olarak görülmektedir. Burada, otel işletmeleri tarafından sunulan animasyon eğlence etkinliklerinin eksikliği, bozuk klima, fön makinası gibi misafir odalarındaki ekipmanlar memnuniyetsizlikte etkili olurken, otel müşteri kapasitesine oranla yetersiz sayıdaki şezlonglar ve kablosuz internet bağlantısına erişimin zor ya da hiç olmaması memnuniyetsizliği oluşturan diğer önemli unsurlardır. Bu araştırma sonuçlarına göre, animasyon hizmetleri, otel müşterilerinin memnuniyetini sağlamada etkiliyken, bu hizmetlerin olmayışı ya da yetersizliği de memnuniyetsizlik üzerinde etkili bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, otel müşterilerinin zamanlarının önemli bir bölümünü geçirdikleri misafir odalarındaki ekipmanların eski ya da bozuk olması bir diğer önemli memnuniyetsizlik unsuru olarak otel yöneticileri tarafından dikkate alınmalıdır. Modern, kaliteli eşya ve ekipmanların misafir odalarında kullanılması, otelde sunulan hizmet ve olanakların tüm konuklar için eşit bir şekilde yetecek sayıda bulunması ve otel odaları ve genel alanlarda kablosuz ağ erişiminin sağlanması, müşteri memnuniyetini artıracak unsurlar olarak dikkat çekmektedir.

Müşteri yorumlarının analizi sonucu, oda ve genel alanların temiz olmaması, otel işletmesinin müşterileri tarafından kullanılan denizin/plajın kirli olması gibi unsurlar temizlik ana unsuru altındaki memnuniyetsizlik unsurları olarak görülmektedir. Benzer konuda gerçekleştirilen önceki araştırmaların sonuçlarında, otel işletmelerinde misafir odaları ile deniz, plaj, iskele, vb. genel kullanım alanlarının temizliği, bakımı ve görünümü müşteri memnuniyetinde önemli unsurlar olarak ortaya konmaktadır (Çulha ve diğ., 2009; Cengiz Mutlubaş ve Soybalı, 2017). Bu sebeple otel işletmelerinde genel kullanım alanlarının temizliği ve bakımı ile misafir odalarının temizliğine ve hijyene özen gösterilmelidir. Diğer bir memnuniyetsizlik ana unsuru olarak içecekler, bu ana unsur altında içeceklerin tatlarının kötü olması, kalitesiz ve çeşitlerin az olması otel işletmelerinde müşteriler tarafından ifade edilen memnuniyetsizlik alt unsurları olarak araştırmada elde edilen bulgular arasındadır. Özellikle Marmaris gibi deniz turizminin ağırlıkta olduğu destinasyonlarda genellikle herşey dahil sistemi ile hizmet veren otel işletmelerinde sunulan içeceklerin düşük kalitede olması ve seçeneklerin az olması müşteri memnuniyeti açısından önemli bir sorun meydana getirebilmektedir. Yemeklerde, ara öğünlerde ve gün içinde sunulan içecek çeşitlerinin artırılması, tat ve kalitesinin belirli standartlarda olması otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti sağlamasında önemli unsurlar olarak ifade edilebilir.

Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetini artırmak adına hem memnuniyet hem de memnuniyetsizlik unsurlarının ayrı ayrı analiz edilmesi ve yorumlanması, bu unsurların neler olduğunun tespiti kritik bir önem taşımaktadır. Otel işletmelerinde sunulan hizmetlerle ilgili hangi unsurların memnuniyet oluşturduğu, bu unsurların ifade edilme sıklığına göre önem dereceleri, otel işletmelerinin memnuniyeti artırmaya yönelik çabalarını destekleyecek kritik bir faktördür. Benzer şekilde, otel işletmelerinde hangi unsurların memnuniyetsizlik oluşturduğu ve buna yönelik müşteri yorumlarının analizi, otel işletmesi yöneticilerine müşteri memnuniyetsizliği oluşumunu engellemeye yönelik tedbir almalarında yardımcı olacak kritik bir faktör olarak düşünülebilir. Bu araştırmada elde edilen sonuçlar, otel işletmelerinde hem müşteri memnuniyeti hem de memnuniyetsizlikte müşteri yorumlarında en sık ifade edilen ilk iki ana unsurun personel ve yiyecekler olduğunu göstermektedir. Bundan dolayı bu iki unsur, otel işletmelerinde hem müşteri memnuniyeti hem de memnuniyetsizliğin iki önemli belirleyicisi olarak nitelendirilebilir. Bu sebeple, otel işletmelerinde müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik uygulamalarda bu iki unsur üzerinde önemle durulması önerilebilir. Bunlarla birlikte, bu araştırmada tespit edilen memnuniyet ve memnuniyetsizliğe yönelik diğer unsurlar da dikkate alınmalı, müşteri memnuniyeti artırılmalıdır.

Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetine yönelik çalışmalarda, sosyal medyadaki müşteri yorumlarının analizi yaygın olarak kullanılan bir yöntem olarak dikkat çekmekle birlikte, dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya araçlarından biri olan Facebook özelinde bu araştırmaların sayısı artırılabilir. Facebook üzerindeki yıldızlı değerlendirme ve yorum sistemine ek olarak getirilen tavsiye etme özelliği ve tavsiye etme nedenlerinin analizi gerçekleştirilebilir. Ayrıca, kurumsal Facebook sayfasında değerlendirme kısmı bulunan seyahat acentası, restoranlar gibi diğer turizm işletmeleri için de benzer bir araştırma gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Albayrak, Tahir, Caber, Meltem, Öz, Ebru Kadriye, (2017) "Assessing Recreational Activities' Service Quality in Hotels: An Examination of Animation and Spa & Wellness Services", *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism* 18(2), s. 218-234.
- Alrawadieh, Zaid, Demrkol, Şehnaz, (2015) "Konaklama İşletmelerinde E-Şikâyet Yönetimi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma", *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 3(1), s. 132-151.
- Aydın Kasap, Zeliha, Kurt, Burçin, Yavuz, Yasemin, Albayrak, Muammer, Turhan, Kemal, (2017) "İki Sonuçlu Tanı Testlerinde Uygun Uyum İstatistiğinin Seçimi", *Tıp Teknolojileri Kongresi Ekim 12-14 Trabzon*, s. 1-4.
- Berezina, Katerina, Bilgihan, Anil, Cobanoğlu, Cihan, Okumus, Fevzi, (2016) "Understanding Satisfied and Dissatisfied Hotel Customers: Text Mining of Online Hotel Reviews", *Journal of Hospitality Marketing & Management* 25, s. 1-24.
- Bilgihan, Anil, Seo, Soobin, Choi, Jihee, (2018) "Identifying Restaurant Satisfiers and Dissatisfiers: Suggestions from Online Reviews", *Journal Of Hospitality Marketing & Management* 27(5), s. 601-625.
- Bucak, Turgay, Özarlan, Hakan, (2016) "Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi İle Misafir Memnuniyeti Arasındaki İlişki (Çanakkale İli Merkezindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Örneği)", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(36), s. 1-28.
- Bulut, Yetkin, (2011) "Otellerde Müşteri Memnuniyeti ve Bir Uygulama (Samsun Örneği)", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4(18), s. 389-403.
- Cengiz Mutlubaş, İlgin, Soybalı, Hasan Hüseyin, (2017) "Müşteri Memnuniyetini Oluşturan Faktörlerin Müşteri Sadakatine Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi İle İncelenmesi", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* 1(3), s. 1-15.
- Chan, Nga Ling, Guillet, Bsak Denizci, (2011) "Investigation of Social Media Marketing: How Does the Hotel Industry in Hong Kong Perform in Marketing on Social Media Websites?", *Journal of Travel & Tourism Marketing* 28, s. 345-368.
- Cherapanukorn, Vimolboon, Charoenkwan, Phasit, (2017) "Word Cloud of Online Hotel Reviews in Chiang Mai for Customer Satisfaction Analysis", *International Conference on Digital Arts, Media and Technology March 1-4 Chiang Mai, Thailand*, s. 1-6.
- Cinnioğlu, Hasan, Boz, Mustafa, (2015) "Sosyal Medya Araçlarından Facebook Sitesinin Otel İşletmeleri Açısından Kullanımının İncelenmesi: Çanakkale Örneği", *Akademik Bakış Dergisi* 51, s. 249-264.
- Costa, George, Glinia, Eleni, Goudas, Mario, Antoniou, Panagiotis, (2004) "Recreational Services in Resort Hotels: Customer Satisfaction Aspects", *Journal of Sport Tourism* 9(2), s. 117-126.
- Çelik, Mücahit, (2012) "Müşteri Memnuniyeti Ve Hizmet Kalitesi Üzerine Adıyaman Üniversitesi Yemekhanesi'nde Bir Uygulama", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 5(10), s. 29-54.
- Çulha, Osman, Hacıoğlu, Güngör, Kurt, Gizem, (2009) "Otel Müşterilerinin E-Şikâyetlerine Yönelik Bir İçerik Çözümlemesi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 6(4), s. 42-49.
- Day, Ralph L., (1984) "Modeling Choices Among Alternative Responses to Dissatisfaction", *Advances in Consumer Research* 11, s. 496-499.
- Demir, Mahmut, Şen Demir, Şirvan, (2015) "Otel Animasyon Hizmetlerinin Yöneticiler ve Turistlerin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi", *International Journal of Social Sciences and Education Research* 1(1), s. 35-48.
- Demirci, Barış, Bayraktaroğlu, Engin, Seçilmiş, Cihan, (2015) "Evaluation of Consumer Complaints in Five-Star Hotels: The Case of Eskisehir", *Turizm Akademik Dergisi* 2(1), s. 15-21.
- Diñçer, Mithat Zeki, Alrawadieh, Zaid, (2017) "Negative Word of Mouse in the Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews on Luxury Hotels in Jordan", *Journal of Hospitality Marketing & Management* 26(8), s. 785-804.
- Erdem, Özkan, Yay, Özlem, (2017) "Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/4, s. 227-249.
- Eryılmaz, Burak, Zengin, Burhanettin, (2014) "Sosyal Medyada Konaklama İşletmelerine Yönelik Tüketici Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma", *İşletme Bilimi Dergisi* 2(1), s. 147-167.
- Facebook, "Turunç Premium Hotel", son erişim tarihi 25.04.2018, https://www.facebook.com/turunccpremiumhotel/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARCJBCw67_WlgxaGMiUTaj6QJyTI_s22QNcB1jQpqqEZYs8DT6Mbrb9LQxrBF2jnz9BW-wzXMTLLPY.
- Habertürk, "Türkiye Sosyal Medya Kullanımında Kaçınıcı Sırada?", son erişim tarihi 17.07.2019, <https://www.haberturk.com/turkiye-sosyal-medya-kullaniminda-kacincisi-sirada-2182408-ekonomi>.
- Kaplan, Andreas M., Haenlein, Michael, (2010) "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons* 53, s. 59-68.
- Karamehmet, Bilge, Aydın, Gökhan, (2017) "Turizm Sektöründe Sosyal Medya Kullanım Etkinliğinin İyileştirilmesi: 5 Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 16. ÜİK Özel Sayısı, s. 593-606.
- Keskin, Sıddık, (2004) "2 x 2 Tablolarında Bazı Örnek Genişlikleri ve I. Tip Hata Seviyeleri (α) İçin Kappa (K) İstatistiğine Ait Ampirik Olarak Gerçekleşen Kritik Değerler", *Tarım Bilimleri Dergisi* 10(2), s. 169-173.

- Kızılırmak, İsmail, Alrawadieh, Zaid, Aghayeva, Sabina, (2015) “Doğu Karadeniz Bölgesindeki Otel Misafirlerinin Seyahat E-Yorumlarına Yönelik Bir İçerik Çözümlemesi”, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi 6(14), s. 110-121.
- Landis, J. Richard, Koch, Gary G., (1977) “The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data”, *Biometrics* 33(1), s. 159-174.
- Leung, Daniel, Law, Rob, van Hoof, Hubert, Buhalis, Dimitrios, (2013) “Social Media In Tourism And Hospitality: A Literature Review”, *Journal of Travel & Tourism Marketing* 30, s. 3-22.
- Li, Huiying, Ye, Qiang, Law, Rob, (2013) “Determinants of Customer Satisfaction in the Hotel Industry: An Application of Online Review Analysis”, *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 18(7), s. 784-802.
- Lo, Ada, Wu, Corrine, Tsai, Henry, (2015) “The Impact of Service Quality on Positive Consumption Emotions in Resort and Hotel Spa Experiences”, *Journal of Hospitality Marketing & Management* 24, s. 155-179.
- Luo, Zhenpeng, Qu, Hailin, (2016) “Guest-Defined Hotel Service Quality and Its Impacts on Guest Loyalty”, *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism* 17(3), s. 311-332.
- Olçay, Atınc, Sürme, Metin, (2014) “Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetlerini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(35), s. 836-855.
- Oliver, Richard L., (1993) “Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response”, *Journal of Consumer Research* 20(3), s. 418-430.
- Oliver, Richard L., (1999) “Whence Consumer Loyalty?”, *Journal of Marketing* 63, s. 33-44.
- Özer, Özgür, Günaydın, Yusuf, (2010) “Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkisi: Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama”, *İşletme Fakültesi Dergisi* 11 (2), s. 127-154.
- Prasadh, R. Ragu, (2018) “Examining The Roles of Perceived Quality and Customer Satisfaction as Predictors of Customer Loyalty in the Indian E-Banking Context”, *Journal of Management Research* 18(3), s. 176-187.
- Rashed, Choudhury Abul Anam, Rifath, Jannatul, Begum, Rumena, Bhuiyee, Md. Shabbir Hossain, (2018) “Investigation of Satisfaction Level of Customers and Hidden Factors for Selected Retail Store Shopping”, *Review of General Management* 27(1), s. 22-43.
- Sert, Gülşen, Kurtoğlu, Meltem, Akıncı, Ahmet, Seferoğlu, S. Sadi, (2012) “Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması”, *Akademik Bilişim’12- XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 1-3 Şubat 2012, Uşak, s. 351-357.
- Shah, Syed Naseeb Ullah, Jan, Shahid, Baloch, Qadar Bakhsh, (2018) “Role of Service Quality and Customer Satisfaction in Firm’s Performance: Evidence from Pakistan Hotel Industry”, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* 12(1), s. 167-182.
- Sim, Janet, Mak, Brenda, Jones, David, (2006) “A Model of Customer Satisfaction and Retention for Hotels”, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 7(3), s. 1-23.
- Suki, Norazah, Mohd, (2014) “Moderating Role of Gender in the Relationship Between Hotel Service Quality Dimensions and Tourist Satisfaction”, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 15, s. 44-62.
- Şimşek, Hüseyin, (2009) “Eğitim Tarihi Araştırmalarında Yöntem Sorunu”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 42(1), s. 33-51.
- Şirin, Mustafa Emre, Aksu, Murat, (2016) “Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti, Tekrar Satın Alma ve Tavsiye İsteği Üzerine Etkisi: Trabzon Ortahisar Örneği”, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), s. 530-544.
- Tarhan, Özge, (2015) “Sosyal Bilgiler Öğretmeni Adaylarının Politik Okuryazarlığa İlişkin Görüşleri”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 3(9), s. 649-669.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, “Turizm İşletme Belgeli Tesisler”, son erişim tarihi: 10.01.2019, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html>.
- Torres, Edwin N., Fu, Xiaoxiao, Lehto, Xinran, (2014) “Examining Key Drivers of Customer Delight in a Hotel Experience: A Cross-Cultural Perspective”, *International Journal of Hospitality Management* 36, s. 255-262.
- Warrens, Matthijs J., (2014) “New Interpretations of Cohen’s Kappa”, *Journal of Mathematics* ID: 203907, s. 1-9.
- Yılmazdoğan, Orhan Can, Özel, Çağıl Hale, (2014) “Sosyal Medya Pazarlamasının Otellerdeki Kullanımının Yararlarına Yönelik Yönetici Algılarının Belirlenmesi: Antalya Örneği”, *İşletme Fakültesi Dergisi* 15(1), s. 37-62.

Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi’nin (BES) Algılanma Düzeyi: Ordu İli Örneği¹

Perception level of The Private Pension System(PPS) in Turkey: The Case of Ordu Province

Ceyda ŞATAF*
Osman YILDIRIM**

ÖZ

BES kişilerin emekli oldukları dönem için birikim yapmalarını amaçlayan ve bu doğrultuda devletin de yapılan birikimlere belirli şartlar altında ek katkılar sunduğu bir sistemdir. Sistem çalışan veya çalışmayan herkes için aynı şekilde işlemektedir. Bu açıdan çalışan bireylerin çalışma hayatlarından çekilmeleri sonrası geçmiş hizmetleri karşılığında hak kazandıkları emeklilik gelirlerine ilave bir katkı sunmaktadır. Sistem aynı zamanda kamu bütçesine de büyük kaynak oluşturduğu için devlet tarafından teşvik edilmektedir. Çalışmada BES'nin tanınırlığı ve bireylerin sisteme yönelik düşüncelerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla hazırlanan 30 soruluk anket uygulaması Ordu ilinde rastgele seçilen ve işgücüne dahil olan 371 kişilik örneklem üzerinde uygulanmıştır. Çalışmada SPSS 22.0 paket programı kullanılarak frekans ve yüzde analizi yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre katılımcılar tarafından sistemde emeklilik yaş şartının düşürülmesi sıklıkla tercih edilmiş ve sisteme tam olarak güven sağlanamamıştır. Ayrıca sisteme kayıt olanların çoğunun; 25-44 yaş aralığında, en az üniversite mezunu ve aylık gelir seviyesi yüksek olan katılımcılar olduğu sonucuna varılmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Bireysel Emeklilik Sistemi, Devlet Katkılı Birikim, Ordu İli

ABSTRACT

The individual pension system is a system in which individuals accumulate for their retirement period and in this direction, the state provides additional contributions to the savings made under certain conditions. The system works in the same way for anyone working or not working. In this respect, they make an additional contribution to the retirement income they have earned in return for their past services after the withdrawal of their working lives. The system is also encouraged by the state as it also provides a great resource for the public budget. The system is also encouraged by the state, as it is also a major source of public budget. The aim of the study is to identify the individual pension system and to determine the individual's thoughts about the system. Prepared for this purpose this survey consisting of 30 questions applied to 371 people samples included in the work for randomly selected in Ordu province. In this study, frequency and percentage analysis were performed by using SPSS 22.0 package program. According to the results of the study, it was frequently preferred by the participants to reduce their retirement requirement in the system and the system could not be fully secured. In addition, many of those who registered in the system; it is concluded that there are at least 25-44 age group, at least university graduates and high monthly income level.

KEYWORDS

Individual Pension System, State Supported Accumulation, Ordu

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date 11.07.2019 | | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 09.10.2019 | |
|---|---|--|--|
| Atıf | Şataf, C. ve Yıldırım, O. (2019). Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi’nin (Bes) Algılanma Düzeyi: Ordu İli Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 572-588. | | |

¹ Bu çalışma Dr.Öğr.Üyesi. Ceyda Şataf danışmanlığında hazırlanan “Bireysel Emeklilik Sisteminin Türkiye’de Uygulanışı ve Uygulamaya Yönelik Bireylerin Yaklaşımı: Ordu İli Örneği” yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

* Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, ceydasataf@sdu.edu.tr, ORCID:0000-0002-7112-6546

** Bilim uzman, yildirim.osman@windowslive.com, ORCID:0000-0001-6053-8302---

GİRİŞ

Dünyada küresel konjonktürde yaşanan krizler, yüksek faizler ve enflasyon, artan işsizlik, kamu emeklilik sitemlerinin iflas etmesi gibi ekonomik ve demografik sorunlar ülke ekonomilerinin bozulmasına neden olmuştur. Bu durumdan kurtulmak isteyen ülkeler ekonomi politikalarını yurtiçi tasarrufları artırmaya yönelik yöntemlere ve uygulamalara kaydırmaya çalışmışlardır. Bu bağlamda sosyal güvenlik sistemlerini reforma tabi tutarak bireylerin tasarruf eğilimini artıracak şekilde düzenlenmesine yönelik uygulamalar geliştirmişlerdir. Sosyal güvenlik sisteminin yeniden etkin bir biçimde işlemlerini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen yeni düzenlemeler kapsamında BES uygulamasına geçilmiştir.

BES; bireylerin çalışır durumda oldukları zamanda sistemli olarak tasarruf yapmaları, tasarruf olarak elde ettikleri birikimlerin fonlarda değerlendirilmesiyle emeklilik geliri elde etmeye yönelik olarak tasarlanmış bir yöntemdir. Aynı zamanda bireyler tarafından yatırılan katkı payları yatırıma dönüşerek yeni istihdam alanları açılmasını, yurtiçi tasarruf seviyesinin artırılması, sermaye piyasalarını derinleştirerek piyasadaki dalgalanmaların azaltılmasını da sağlayan bir sistemdir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke tarafından uygulanan BES var olan emeklilik sistemini eksikliklerini gideren çağdaş bir emeklilik sistemidir. Bireysel emeklilikte kullanılan yatırım fonları, BES’ni uygulayan ülkeler için önemli bir ekonomik öge olmaktadır. Sermaye piyasalarında önemli bir yeri olan bireysel emeklilik yatırım fonları dünya genelinde giderek büyümekte ve sermaye piyasalarında önemli bir yere sahip olmaktadır.

Türkiye’de 2003’ten bu yana uygulamaya geçen BES’nde 2019 yılı Nisan ayı itibariyle 93.822.5 milyon TL fon büyüklüğüne, sisteme giren katılımcı sayısı ise 6.813.000 kişiye ulaşılmıştır.

Çalışma üç bölüm vardır. Birinci bölümde; bireysel emeklilik kavramına, tanıma, BES’in tarihsel gelişimine değinilmiş, ikinci bölümde BES’in Türkiye’deki tarihsel gelişimi detaylı bir şekilde incelenmiştir. Üçüncü bölümde; Ordu ilinde yaşayan kişilerin BES hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi için anket çalışması yapılmıştır.

1.KAVRAMSAL OLARAK BİREYSEL EMEKLİLİK

“Bireysel emeklilik tasarruf ve yatırım sistemi ikinci emeklilik geliri ile bireylerin emeklilikte refah seviyelerinin artmasına, alt yapı yatırımları ve uzun vadeli yatırımlara kaynak yaratılarak sistemin yeni iş ve istihdam olanakları yaratmasına, sosyal güvenliğin kapsamının artmasına ve kamunun sosyal güvenlik kaynaklanan yükünün azaltılmasına, mali sektörde uzun vadeli fonların artmasına böylece mali sektörün daha sağlıklı işlemlerine, enflasyonla mücadele ve istikrarlı büyümeye olumlu katkı sağlamasına, kurumsal yatırım stratejileri piyasadaki dalgalanmaların ve spekülasyonların azalmasına, sermaye piyasasının derinleşmesine olanak sağlayacak bir özel emeklilik sistemidir (<http://www.bireyselemeklilik.gov.tr/tarihce.htm>, web erişimi: 14.05.2017).

BES;

- Kişiler yaşlandıklarında veya iş yapamaz durumda olduklarında ilave bir gelir kazanmaya yönelik,
- Bireylerin katkı paylarını bireysel hesaplarında takip edebildiği,
- Birikim tutarlarının ve birikim biçiminin katılımcının bizzat kendisi tarafından belirlendiği,
- Devletin emeklilik sistemini eksik yönlerini gideren nitelikte ama mecburi devlet sigortasına bağımlı olmayan,
- Hususi sigorta firmaları tarafından idare edilen,
- İsteğe bağılı bir tasarruf sistemidir(Özbolet, 2004:66).

Devletin sosyal güvenlik sisteminin eksikliklerini gidermek amacıyla kurulan BES; bireylerin iş hayatında çalıştıkları süre içerisinde yaptıkları düzenli ilave birikimlerini yatırıma yönlendirilmesini sağlayarak, meydana gelecek birikimlerle, birikim yaptıkları dönemde sahip oldukları mevcut refah düzeyinin emekli oldukları dönemde de devam ettirebilmektir. Gönüllü katılım temeline dayalı bir sistemdir (<http://www.egm.org.tr/?sid=69>, web erişim tarihi: 14.05.2019).

2.BES’İN ORTAYA ÇIKIŞI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Dünyanın birçok ülkesinde her nesil refah seviyesini kendisinden önce gelen nesilden daha yüksek tutmak için çabalamıştır. Sosyal güvenlik alanındaki yükseltmek istenen bu refah seviyesi, sosyal risklerin tümünü

kapsamına almaya yönelik olmuştur. İnsanların yaşlanmaya başlamasıyla birlikte de bu ihtiyaçlar artmış ve daha refah bir hayat sürme talebi ortaya çıkmıştır (Köseoğlu, 2009:45).

Bilindiği kadarıyla tarihte ilk emeklilik ifadesi 1285 yılında İngiltere’de geçmiştir. İngiliz mevzuatına göre; kilisede üst mevkili bir rahip emeklilik isteminde bulunursa, bu istem özel bir heyete yaptırılacaktır ancak heyetin nasıl meydana geldiği ve bu konuyla ilgili nasıl bir hüküm verdiği bilinmemektedir (Öztürk, 2010:5).

Özel emeklilik fonu ise ilk olarak 1375 yılında İngiltere’de görülmektedir. Esnaf ve Sanatkarlar için oluşturulan fonun ismi “Of St. James at Garlekhithe of London” olarak bilinmektedir (Özer ve Gürel, 2014:160).

Çalışanların sadece devlet aracılığıyla verilen sosyal güvenlik sisteminden değil özel emeklilik şirketlerinden de emekli olmalarına olanak tanıyan, fonlama modeline dayalı özel emeklilik sistemi ilk olarak 1862’de Avustralya’da “Bank of South Wales” aracılığıyla kurulmuştur (Erol ve Yıldırım, 2004:152). Özel emeklilik sistemiyle emeklilik maaşı planı sağlayan ilk araç ise 1902 yılında İngiltere’de Equitable Life Assurance Society aracılığıyla oluşturulan hayat sigortası poliçesidir (Yanardağ, 2010:93).

BES’nin popülerliği 2000’li yıllarda oldukça artış göstermiştir. Gelişmekte olan ülkeler içinde durum bu şekildedir ve özel emeklilik fonları yeni bir uygulamadır. 2000’li yıllardan sonra gelişmekte olan ülkelerin sosyal güvenlik harcamalarını kısmak ve sosyal güvenlik harcamalarının bütçedeki ağırlığını düşürebilme amacıyla BES’i isteklendirici kararlar aldıkları görülmektedir (Bayraktutan ve Şahin, 2007:101).

2.1.Türkiye’deki Bes

BES, özel bir emeklilik yöntemidir. Özel emeklilik denilerek kastedilen: Devlet tarafından değil, tamamının özel şirketler tarafından yapıldığı, kamunun ise gözetim ve denetim olarak BES’i yürüttüğü, aynı zamanda yasal alt yapısını oluşturduğu bir sistemdir (Köseoğlu, 2009:58).

Türkiye’de Sosyal Güvenlik Kurumu’nun etkin işlememesi, BES’in getirilmesinin en önemli nedenidir. Geçmiş yıllara bakıldığında SSK ve Bağ-Kur’da sık sık prim afları çıkmış, erken emekliliğin getirilmesi neticesinde çalışabilecek durumda olan bireylerin devletten aylık almaya devam etmiş olması gibi nedenlerden dolayı sosyal güvenlik sisteminde çok miktarda gelir kayıpları yaşanmıştır. 1990’lı yılların sonlarına doğru sosyal güvenlik sisteminde yeni düzenleme çalışmaları başlamış ve 28 Mart 2001’de 4632 Sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu kabul edilmiştir (Can, 2010:140).

Kamusal emeklilik olarak bilinen ve çalışanların katılmaya mecburi kılındığı, kamunun denetimi ve yönetimi altında çalışan birinci basamak sosyal sigorta kurumları dünyada olduğu gibi Türkiye’de de mecburi birinci basamağı oluşturmaktadır. İşyeri ya da iş kolu bazlı faaliyet gösteren sosyal güvenliğin ikinci ayağı olan mesleki emeklilik programları Türkiye’de yeterince gelişim gösterememiştir. Gelişmiş ülkelerde gönüllülük esaslı temelli, gelişmekte olan ülkelerde ise zorunluluk esaslı temeline oluşturulan BES Türkiye’de sosyal güvenlik sisteminin üçüncü ayağını oluşturmaktadır (Apak ve Taşçıyan, 2010:123-124).

BES yoluyla daha rahat bir emeklilik dönemi geçirmek için birikim yapan kişiler mikro ekonomik temelde şahsi menfaatleri için harekete geçerken, makroekonomik temelde şahsi birikimlerinin milli tasarruf seviyesinin artmasına katkıda bulunmaktadır. BES’in makroekonomik faydaları sıralanacak olursa (Ergenekon,1998:27):

- Kişiler, ikinci bir emeklilik geliriyle emeklilik dönemindeki refah düzeyleri artar
- Milli tasarruf seviyesini artırır
- Kamu ve mali sektörün uzun vadeli nakit gereksinimini karşılar
- Kamunun Sosyal Güvenlikteki yükünü azaltır
- Kayıt dışı ekonomi azalır
- Piyasalardaki spekülasyonların ve dalgalanmaların azaltılmasını sağlar
- Sermaye piyasalarının derinleşmesine katkı sağlar
- Enflasyonla mücadeleye olumlu katkı sağlar
- İstikrarlı büyümeye yardımcı olur.

2.2.BES’nin Amacı ve Kapsamı

Türkiye’de uygulanmakta olan BES’in amacı ve kapsamı 4632 sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu’nda belirtilmiştir. İlgili kanunun 1. maddesinde; “Bu kanunun amacı, kamu sosyal güvenlik sisteminin tamamlayıcısı olarak, bireylerin emekliliğe yönelik tasarruflarının yatırıma yönlendirilmesi ile emeklilik döneminde ek bir gelir sağlanarak refah düzeylerinin yükseltilmesi, ekonomiye uzun vadeli kaynak yaratarak istihdamın artırılması ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunulmasını temin etmektir.” şeklinde tanımlanmıştır (T.C. Resmi Gazete, Sayı:24366).

BES daha rahat ve refah emeklilik dönemi geçirmeye yönelik tasarruf ve yatırım sistemi olup, zorunlu sosyal güvenlik sistemine ilaveten bireylerin tercihlerine göre ikinci bir emeklilik kazancı sağlayabilmelerinin altyapısının meydana getirilmesi amaçlanmaktadır (Dağalp, 2005:2).

Korkmaz’a göre; 4632 sayılı yasa incelendiğinde, Türkiye’deki emekliliğe yönelik olarak yapılan tasarrufların ülke ekonomisinin gelişimine katkı sağlamasının amaçlandığı görülmektedir. Uzun vadeli yatırımlar için gerekli fonların sağlanması, devletin uzun vadeli olanak sağlanması, ulusal yatırımın eğiliminin artırılması sistemin amaçları arasında yer almaktadır (Korkmaz, 2006:148).

Kanunla elde edilmek istenen sosyal amaçlar; kamunun sağlamış olduğu sosyal güvenlik sistemine ilaveten, sosyal güvenlik garantisi sağlayan kurumsal yapıyı kurmaktır. Kişileri geleceğe ve emekliliğe yönelik olarak refah seviyesini arttıracak ilave kazanca sahip olmalarını sağlamak ve bununla beraber ekonomiye uzun vadeli kaynak transferi sağlayarak üretim, istihdam, istikrarlı büyüme ve sermaye piyasasının derinleşmesini sağlamaktır (Aydın, 2008:47).

4632 sayılı yasanın ilk maddesinde; “Emeklilik şirketlerinin kuruluş, çalışma, yönetim ve denetimine, kişilerin sisteme katılma, ayrılma ve emeklilik koşullarına, emeklilik yatırım fonlarının kuruluşuna, katkıların bu fonlarda toplanmasına ve değerlendirilmesine, aracılık hizmetlerine, kamuya açıklanacak bilgilerin kapsamına ve bireysel emeklilikle ilgili diğer hususlara ilişkin esas ve usulleri düzenlemektir” şeklinde belirtilmiştir (T.C. Resmi Gazete, Sayı:24366).

2.3.BES’in Temel Özellikleri

Türkiye’de uygulanan BES’in temel özellikleri 4632 sayılı yasada belirtilmiştir. Bunlar;

- **Gönüllü Katılım:** 18 yaşını dolduran, yasal olarak medeni haklarını kullanma ehliyetine sahip tüm bireyler BES’ne kendi rızası doğrultusunda katılabilmektedir. Sisteme katılacak kişiler için herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna dahil olmak/olmamak gibi bir şart söz konusu değildir (Sezer, 2008:32).
- **İşveren katkısı:** İşveren BES’e kendi adına katılabildiği gibi çalışanı adına da katkıda bulunabilmektedir. Çalışanı adına katkıda bulunan işverenler vergi avantajından yararlanabilmektedirler. Hem çalışanlar hem de işverenler, çalışanın brüt maaşının %10’unu geçmemesi şartıyla sağladıkları katkıları gelir ve kurumlar vergisi matrahından indirebilmektedir (Arslan, 2006:112).
- **Şeffaflık:** katılımcılar yatırdıkları katkı paylarını, kendilerinden yapılan kesintileri, tercih ettikleri fon dağılımları gibi bilgileri kendilerine açılan bireysel emeklilik hesaplarından istedikleri zaman takip edebilmektedirler. Katılımcıların yılda 4 kere tercih ettikleri fonları değiştirme hakkı bulunduğu gibi yılda bir kere de tercih ettikleri bireysel emeklilik şirketini de değiştirme hakkı vardır (Akbulak ve Akbulak, 2004:117).
- **Tamamlayıcılık:** BES sosyal güvenlik sistemine alternatif olacak bir sistem olmayıp, aksine sosyal güvenliğin eksikliklerini gideren bir sistemdir. Bireyin BES’e dahil olması var olan sosyal güvenlik kuruluşuna üyeliğinde ve sosyal güvenlik kurumuna karşı sorumluluklarında herhangi bir değişiklik meydana getirmemektedir. BES’e katılan kişi herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna dahil ise, dahil olduğu kuruluşa prim ödeme süreci devam eder (Demirpehlevan, 2010:194).
- **Emeklilik:** BES’nden emekli olabilmek için katılımcının, BES’ne ilk giriş tarihinden itibaren 10 yıllık süre zarfında katkı payı ödemesi ve 56 yaşını doldurmuş olması gerekmektedir (Can, 2010:140).

2.4.Bes’nde Devlet Katkısı

Devlet katkısı, 6327 sayılı kanununun 29. maddesi ile 4632 sayılı yasaya eklenen Ek Madde 1’yle düzenlenmiştir (İnneci, 2013:109). Devlet katkısı; kişisel veya gruba bağlı kişisel sözleşmeye ödenen katkı paylarının %25’i oranında devlet tarafından ödenen miktardır. Devlet katkısı tavan sınırı brüt asgari ücretin yıllık tutarının %25’i olup, 2019 yılı için 7.675,20 TL’dir (<https://www.egm.org.tr/bireysel-emeklilik/devlet-katkisi>, web erişim tarihi: 14.06.2018). Kişiler aracılığıyla bireysel emeklilik hesabına aktarılan katkı paylarının %25’ine karşılık gelen miktar, Emeklilik Gözetim Merkezince (EGM) devlet katkısı olarak bireysel emeklilik şirketleri aracılığıyla iletilen bilgiler temel alınarak hesaplanır ve Hazine Müsteşarlığı bütçesine konulan ödenekten katılımcıların ilgili hesaplarına şirketler aracılığıyla aktarılmak üzere EGM’ne ödenir (T.C. Resmi Gazete, Sayı:28338).

Bir katılımcının 1 Ocak-31 Aralık tarihleri dahilinde devlet katkısı olarak alabileceği maksimum tutar, ilgili yıla ait toplam brüt asgari ücret toplamının %25’ini aşamaz. İşverenler ise; ödemenin yapıldığı ayda kazanılan ücretin %15’ini ve yıllık olarak asgari ücretin yıllık tutarının geçmemek şartıyla çalışanları adına ödedikleri katkı paylarını doğrudan harcama yazabilmektedirler (Gülcan, 2017:372-373).

Devlet katkısının kazanılmasında 5’li bir sınıf ayırımına gidilmiştir. Bunlar;

- İlk 3 yıl içerisinde sistemden çıkılması durumunda devlet katkısı kazanılmamaktadır (0 – 3 yıl arasında devlet katkısı %0).
- 3 yıl dolduktan sonra sistemden çıkılması durumunda devlet katkısı %15 kazanılmaktadır (3 – 6 yıl arasında devlet katkısı %15).
- 6 yıl dolduktan sonra sistemden çıkılması durumunda devlet katkısı %35 kazanılmaktadır. (6 – 10 yıl arasında devlet katkısı %35)
- 10 yıl dolduktan sonra ancak 56 yaşın dolmaması halinde sistemden çıkılması durumunda devlet katkısı %60 (10 yıl – 56 yaş öncesi devlet katkısı %60).
- 10 yılın doldurulması ve 56 yaş sınırının geçilmesi halinde emeklilik hakkı kazanılır ve devlet katkısının %100'ü hak edilir (10 yıl ve 56 yaşın dolması durumundan devlet katkısı %100) (Büyükkara ve Balcı, 2014:9).

BES'den ölüm ya da sakatlık nedeniyle ilişiği kesilenler devlet katkısı hesabındaki miktarın tümünü elde ederler. Devlet katkısı hesabındaki miktarlardan hak iddia edilen miktarlar sistemden ayrılma veya emeklilik durumunda katılımcıya ödenmektedir. Ayrıca; devlet katkısı hesabındaki miktarlar haczedilemez, rehnedilemez, iflas masasına dâhil edilemez (T.C. Resmi Gazete, Sayı:28338).

2.5.BES'nin İşleyişi

BES'in işleyişine ilişkin esaslar, "4632 sayılı yasaya göre düzenlenen ve çıkarılan yönetmeliklerle düzenlenmektedir.

2.5.1. Sözleşmenin Kurulması ve Katkıların Toplanması

18 yaşını dolduran, medeni haklarını kullanma ehliyetine sahip tüm gerçek kişiler BES'e katılabilirler. Sisteme girmek isteyen katılımcıların öncelikle kendi tercihlerine göre bir bireysel emeklilik şirketi belirlemeleri ve belirledikleri şirket ile emeklilik sözleşmesi imzalamaları sisteme girmek için yeterlidir. Emeklilik şirketi, katılımcıya sisteme girme kararını etkileyebilecek konular hakkında bilgi verir ve katılımcının emekliliğe yönelik beklentilerine, gelir düzeyine ve yaşına uygun bir emeklilik planı önerisi sunar (<https://www.egm.org.tr/bireysel-emeklilik/bireysel-emeklilik-nedir/>, web erişim tarihi: 01.07.2018). Katılımcının ödeyebileceği katkı payı miktarı belirlendikten sonra karşılıklı olarak sözleşme imzalanır. Katılımcı öneriyi kabul ederek, belgeleri usulüne uygun doldurup imzalaması veya elektronik iletişim araçları kullanarak onaylaması ile bir emeklilik sözleşmesine sahip olabilmektedir. İlk katkı payının ödenmesi ile de emeklilik sözleşmesi başlamış olur (Kaya, 2010:6).

Emeklilik sözleşmesi; şirket nezdinde bireysel emeklilik hesabı açılması, hesaba katkı payı ödenmesi, ödenen katkı paylarının istenilen fonlarda yatırıma yönlendirilmesi ve hesapta toplanan tutarların katılımcıya ödenmesine ait esas ve usullerle tarafların bu kapsamdaki diğer hak ve yükümlülüklerini düzenleyen sözleşmedir. Emeklilik sözleşmesi, katılımcı ile bireysel emeklilik sözleşmesi şeklinde ya da bir istihdam ilişkisine dayalı olarak veya katılımcı adına bir kuruluşla grup emeklilik sözleşmesi şeklinde yapılabilmektedir (T.C. Resmi Gazete, Sayı:24366).

2.5.2.Katkı Paylarının Yatırıma Yönlendirilmesi

Emeklilik şirketi emeklilik sözleşmesinin yürürlüğe girmesinden sonra katkı payını tahsil eder ve katılımcının isteği talebinde ilgili emeklilik yatırım fonuna aktarır (Avcı, 2011:19/20). Katılımcı, birikiminin ne çeşit fon veya fonlarda değerlendirileceğine risk ve getiri beklentisi bağlamında bizzat kendisi karar verebilir. Uzman portföy yöneticileri aracılığıyla fonlar yönetilir. Sistemdeki katılımcılara herhangi bir kazanç garantisi verilmemektedir. Fon portföyündeki varlıklar şirketlerin varlıklarından ayrı bir şekilde Takasbank nezdinde saklanır. Katılımcılar sahip oldukları paylar adedine Takasbank kanalı aracılığıyla istedikleri zaman erişebilmektedirler. Bireysel emeklilik hesaplarına ödenen katkı payları; emeklilik yatırım fonlarında yatırıma yönlendirilmektedir. Emeklilik yatırım fonları ise emeklilik şirketinin portföy yatırım sözleşmesine uygun olarak yönetilir. BES'nde kalınan süre boyunca birikimler bireysel emeklilik hesabında takip edilir ve bireysel emeklilik hesabına ilişkin her türlü bilgi sistematik olarak katılımcıya aktarılır. Bu bilgiler, bireysel emeklilik hesabına yatırılan katkı paylarının tutarlarını, hesaptaki emeklilik yatırım fonlarının detaylarını ve birikimlerin de değerlerini içermektedir (<http://www.egm.org.tr/?sid=69>, web erişimi: 26.02.2014).

2.5.3.Emeklilik Süreci

BES'den emekli olabilme şartlarına bakıldığında, BES'ne minimum 10 yıl katkı payı ödemek ve 56 yaşını doldurmuş olmak gerekmektedir (T.C. Resmi Gazete, Sayı:24366). Katılımcı isterse emeklilik hakkını

daha sonraki yıllarda da kullanabilmektedir. Katılımcının birden fazla emeklilik sözleşmesinin bulunması durumunda ise; tüm sözleşmelerden emekliliği hak edebilmesi için sözleşmelerden birisinden emeklilik şartlarını sağlaması yeterli olmaktadır (Kızılgöçer, 2014:36).

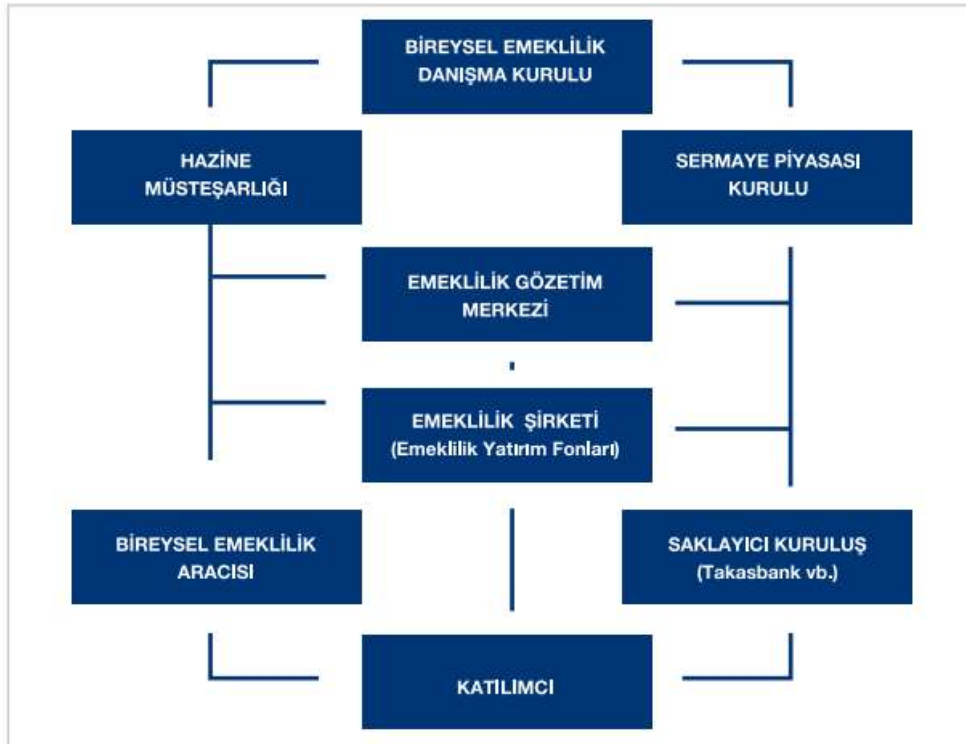
Emekliliğe hak kazanan katılımcı, bireysel emeklilik hesabındaki birikimlerinin bir program dahilinde ödenmesini, tamamının bir defada ödenmesini ya da yapacağı yıllık gelir sigortası sözleşmesi çerçevesinde kendisine aylık bağlanmasını isteyebilir. Katılımcının bu madde kapsamında birikimlerin ödenmesini istemesi veya başka bir şirket veya hayat sigorta şirketi ile yıllık gelir sigortası sözleşmesi yapması halinde şirket, katılımcının hesabındaki birikimleri bildirim ulaşmasından itibaren en geç on iş günü içinde katılımcıya öder veya ilgili şirkete aktarır. Emeklilik sözleşmesi süresi içinde, katılımcının ölmesi durumunda lehtarı, sakatlık durumunun ortaya çıkması halinde ise katılımcı, bireysel emeklilik hesabındaki birikimlerin kendisine ödenmesini isteyebilir (T.C. Resmi Gazete, Sayı:24366).

2.5.4.BES’in Tarafı

BES’in temeli; katılımcı ve emeklilik şirketinden oluşmaktadır. Sistemin ana ögesi ise katılımcıyla emeklilik şirketi arasında yapılan emeklilik sözleşmesidir. Emeklilik şirketleri ve portföy yönetim şirketleri arasında yapılan portföy yönetim sözleşmesiyle emeklilik yatırım fonlarının profesyonel portföy yöneticileri tarafından idare edilmesi sağlanmıştır (Uyar, 2012:31-32).

BES’in birer parçasını oluşturan ve işleyişte rol alan kuruluşlar ve taraflar; katılımcı, portföy yöneticisi, emeklilik şirketi, saklayıcı kuruluş, sermaye piyasası kurulu, hazine müsteşarlığı, bireysel emeklilik danışma kurulu, emeklilik gözetim merkezi ve bireysel emeklilik araçları olarak sıralanabilir (Samancı, 2010:45).

Şekil 1. BES’in İşleyiş Şeması



Kaynak: Suat Uğur, “Özel Emeklilik Türleri ve Bireysel Emeklilik”, Çimento İşveren Dergisi, C:18, Sayı:4, Temmuz 2004, s. 17.

3.ARAŞTIRMANIN AMACI

Önemli avantajlar sağlayan BES’e katılımın artırılması için vatandaşların sistemin güvenilirliğinden, işleyişinden ve kendilerine sağlayacağı faydalardan iyi haberdar olması gerekir. Bu anlamda çalışma Ordu ilindeki işgücüne dahil olan vatandaşların BES hakkındaki farkındalığını, tutum ve düşüncelerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca çalışmada kullanılan anket formlarında BES’e kayıtlı olan ve olmayan katılımcılar için farklı soru grupları da oluşturularak, vatandaşların bu sisteme kayıtlılık oranları arasındaki farkların sebeplerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

4.BES'NE YÖNELİK LİTERATÜR TARAMASI

BES'ne göre yapılan çalışmalar incelendiğinde;

Feldstein'in (1997) çalışmasında sosyal güvenlik kurallarının ve sisteme geçiş düzenlemelerinin ülkeden ülkeye farklı olduğu, ayrıca tasarruf birikimi ve emeklilik faydaları oluşturabilmek için kişilerin yatırım yapmak için oluşturduğu çeşitli bireysel hesapların da var olduğunu belirtmiştir.

Munnell vd. (2002), 1998 Tüketici Finansmanı Anketi verisini kullanarak yaptıkları çalışmalarında ABD'de yaşayan bireylerin özel emeklilik planına katılma kararını etkileyen faktörleri incelemektedirler. 1698 katılımcıdan toplanan veriyle yapılan analizler sonucunda, gelir düzeyi arttıkça özel emeklilik sistemine katılma olasılığının da arttığını göstermişlerdir.

Güleç (2003), incelemeler sonucu elde edilen bilgiler kamu emeklilik sistemlerinin özel emeklilik sistemleri kadar profesyonelce yönetildiği, özel emeklilik sistemlerinin de kamu emeklilik sistemleri kadar güvenilir olması halinde bireylere sosyal güvence sağlayabileceğini göstermiştir.

Benjamin (2003) Amerika Birleşik Devletleri'nde vergi iadesi desteğiyle meydana getirilen bireysel emekliliklerin tasarruf sahiplerinin birikimlerini arttırmasına imkan vermiştir. Bu sayede kiracılar ile herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmayan kişilerin tasarruflarının pozitif yönde etkilendiğini tespit etmiştir.

Horoz (2006), Türkiye'de mevcut yapısıyla gönüllülük esasına dayalı olarak faaliyet gösteren BES'nin tam anlamıyla mevcut sosyal güvenlik sistemine tamamlayıcı rol oynayabilmesi için katılımcılara ve işverenlere belli bir miktar katkı payı ödenmesi zorunluluğu getirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kaydu (2006) çalışmasında BES'nde tüketici profillerinin Antalya ve Isparta'da farklılaşmasını araştırmıştır. Araştırma sonucuna göre genel olarak sisteme katılan katılımcıların düşük gelirli oldukları buna rağmen ilk etapta yüksek gelirli katılımcılara göre daha fazla sisteme girmeye gönüllü oldukları, ekonomik bağımsızlığa sahip olan bireylerin sisteme katıldıkları görülmüştür.

Gülhan (2007), bireyler için çalışırken sahip oldukları refah seviyesi kamu sosyal güvenlik sistemlerinden alınacak maaşlarla, gelişmiş ülkelerdeki uygulamalara paralel olarak ülkemizde de yapılan düzenlemelerle kişilerin emeklilik günleri adına kendi hesaplarına tasarruf yapabilmeleri için BES geliştirilmiş ve vergi teşvikleri sağlanarak bireyler bu sistem dahilinde tasarrufa özendirilmiştir.

Huberman vd. (2007) ABD'de 793794 çalışandan topladıkları veriyi kullanarak, kadınların özel emeklilik sistemine katılma olasılığının erkeklere kıyasla %6,5 daha yüksek olduğunu göstermişlerdir. Yazarlar bu bulguyu açıklarken kadınların genel olarak tasarrufa daha eğilimli olabileceğini, bunu da genelde daha uzun yaşamalarıyla açıklayabileceğimizi öne sürmektedirler.

Elveren ve Sara (2007) çalışmalarında Türkiye'deki BES'nde cinsiyet farklılıklarını incelemiştir. Çalışmanın sonucunda kadınların erkeklere göre daha düşük ücret aldıklarından dolayı bireysel emeklilik planlarında yapmış oldukları katkı paylarının erkeklerden daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bozkuş ve Elveren (2008) yapmış oldukları çalışmalarında BES'ni cinsiyetçi bir açıdan incelemiştir. Katılımcıların sosyo-ekonomik bilgilerini içeren veri seti kullanılarak erkek ve kadın arasındaki prim miktarındaki farklılığın varlığı ve belirleyicileri incelenmiştir. Yazarlar sistemde genel anlamda kadın ve erkek arasında prim miktarı açısından çok belirgin bir farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Eğitim seviyesinin yüksekliği erkekler için olumlu etkiye sahipken kadınlar için bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Koban (2008) çalışmasında BES'nin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı, sistemdeki pazarlama sorunları ile tüketicilerin BES'ndeki tercihlerini ve tutumlarını etkileyen faktörler değerlendirilmeye çalışılmış, elde edilen bulgular sayesinde tüketicilerin bireysel emeklilikle ilgili bilinçli olup olmadıkları, nelerin eksik olduğu ortaya konarak, ilgili birimlerin nelere dikkat etmesi gerektiğine yardımcı olunmaya çalışılmıştır.

Şahin vd. (2010) çalışmalarında Türkiye'de BES'nde, cinsiyetin bireylerin sisteme yaptıkları düzenli katkı payları üzerindeki etkilerini ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini incelemiştir. Çalışmada eğitim düzeyi, gelir ve yaş arttıkça yatırım miktarında artış gözlemlenmektedir. Cinsiyete göre bayanlarda evlilik ve yaşanılan bölgenin gelişmişlik düzeyi haricinde bütün faktörler anlamlılık göstermektedir. Özel emeklilik fonları ve Türkiye'de bireylerin BES'ne giriş kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlayan çalışmalarında

Şener ve Akın (2010) BES'ne giriş kararında çalışma ve gelir düzeyinin önemli bir etken olduğunu tespit etmişlerdir. Gelir düzeyi arttıkça sisteme giriş kararında olumlu etkisinin olduğu ve sisteme yatırılan katkı paylarında da artmasında belirleyici rol oynadığı, eğitim düzeyi yükseldikçe BES'ne katılmaya meyilin arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Fornero ve Monticone (2011) İtalya’da 19551 kişiden toplanan veriyi kullanarak bireylerin özel emeklilik sistemine katılma kararının belirleyicilerini incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre bireylerin yaşı arttıkça özel emeklilik sistemine katılma ihtimalleri artmakta fakat bu etkinin gücü giderek azalmaktadır.

Uyar (2011) çalışmasında Türkiye’de BES ile ekonomik gelişmişlik arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda BES göstergelerinden katılımcı sayısı ile makro ekonomik göstergelerden mevduat faizi arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer faktörler arasında bir ilişki tespit olmadığı belirlenmiştir.

Anton vd. (2011) İspanya’da oluşturulan vergi iadesine dayalı bireysel emekliliğin tasarruflarda ulusal anlamda bir pozitif yönlü artışa sebep olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Pitt-Watson (2011) çalışmasında Hollanda ve Danimarka ile benzer özelliklere sahip ülkelerin emeklilik fonları ile ilgilenen kurumların, kurumsallık ve güven konusunda en iyi örneklerden olduklarını ileri sürmüştür. Ayrıca, İngiltere’deki emeklilik sisteminin ise kurumsal yapılarından ötürü sorunlu olduğunu açıklamıştır.

Özer ve Çınar (2012) yapmış oldukları çalışmalarında bir vakıf üniversitesinde akademik personelinin BES’ne bakış açısını değerlendirmişlerdir. Araştırma neticesinde elde edilen bulgular yaş, cinsiyet, çalışma yılı, gelir düzeyi gibi değişkenler ile BES’ne bakış açısı arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Heidarpour (2014), Türkiye’de BES çok genç olmasına rağmen kısa zaman zarfında büyük mesafe kat etmiştir. İstatiksel veri sonuçlarına göre her yıl bir önceki yıla göre katılımcı sayısı artmış ve dolayısıyla, katkı payı da artmaktadır. Sonuç olarak bu artışlar ekonomiye yeni kaynak aktarmaktadır.

Sezgin ve Yıldırım (2015) Türkiye’de BES’nin etkinliği ele alınmıştır. Çalışmada katılımcı sayılarının artması paralel olarak farkındalığın arttığını ortaya konmuştur. Ayrıca belirli şartlar dâhilinde sosyal güvenlik daha etkin hizmetler sunacağı belirtilmiştir.

Güneş (2015) Bireylerin BES’ne yönelik tutum ve davranışlarını Karabük ilinde inceleyen bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın sonucunda bireylerin BES’ne katılımı etkileyen faktörlerle ilgili bireylerin bireysel emeklilik sistemine dahil olma durumları ile arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Tasarruf imkânı, devlet desteği ve prim ödemesi faktörleri bireyler tarafından daha önemli görülmüştür. Eğitim durumu ve BES’ne dahil olma durumları ile BES’ne katılmaya yönelik tutum ve davranışları arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Erçetin(2015) Yapılan anket sonuçlarına göre BES'nin katılımcılar açısından çabuk kabul gördüğü ve genel olarak sistemin varoluşundan işleyişinden ve mantığından memnuniyet yüksek olmasa da çalışanlar ve şirketler açısından memnuniyetin oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Bu araştırma sadece BES’ne katılanlara yapılmış ve bu çalışma ile bir sektöre uygulanmış ve müşterilerin beklentilerinin bu strateji ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Çımrın, Durdu (2015) BES’leri bireyler emeklilik dönemlerinde sadece devletin tüm giderleri karşılmasını beklememekte çalışan insanlar kendi gelecekleri için yatırım yapmaktadır. Böylece devlet de sosyal harcamalarını azaltmakta ve sosyal güvenlik sisteminin merkezinden uzaklaştığı görülmektedir.

Orhan (2015), genç tüketicilerin, BES için gerek devlet gerekse emeklilik şirketleri aracılığıyla düzenlenen tanıtım kampanyaları ve teşvik uygulamalarını yetersiz gördüğü anlaşılmıştır.

Solmaz (2016), Avrupa’da yer alan 7 farklı ülke seçilmiş ve Türkiye ile karşılaştırma yapılmıştır. Elde edilen verilere göre Hollanda gelişmiş bir BES’ne sahiptir. Türkiye’de ise nakit ve mevduata olan yatırım diğer ülkelere göre ön plana çıkmıştır.

Balsızan (2016) Hisse fon grubu dışında kalan emeklilik yatırım fonu grupları için incelenen dönemde etkin bir portföy yönetimine rastlanamamıştır. Bu durum BES’nin geleceği, katılımcılar ve yurt içi tasarruf hedefleri açısından problem oluşturacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Başar, Eren ve Bozma (2017), 2005-2014 dönemi verileri ile 14 OECD ülkesi kapsamında; bireysel emeklilik, tasarruf ve cari açık arasındaki ilişkiler panel nedensellik analizi ile incelemiştir. Yurt içi tasarruf oranlarının ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre farklılık göstermekte olduğunu ve ülkelerin tasarruf açığının kapatılması ve cari dengenin sağlanması için BES’nin bu olumsuz durumlar üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada iki gecikme için tasarruf ve bireysel emeklilik fonları arasında çift yönlü, bireysel emeklilik fonları ve cari açık arasında çift yönlü, cari açıktan tasarrufa doğru ise tek yönlü bir nedensellik ilişkisi elde edilmiştir.

5. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM KİTLESİ

Anket çalışmasının evreni Ordu ilinde 15 yaş üzerindeki ve üretime katılabilen ya da katılabilecek durumda olan nüfus bölümü şeklinde tanımlanan işgücüne dahil olan vatandaşlardan oluşmaktadır. Bu vatandaşların BES'e yönelik düşüncelerinin araştırılması amacıyla evren içinden rastgele örnekleme yapılmıştır. Örneklem sayısının belirlenmesi için Ordu ilinin işgücü rakamı ve oranı araştırılmıştır.

TÜİK adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre Türkiye'nin TR90 bölgesinin (Trabzon, Ordu, Giresun, Artvin, Rize ve Gümüşhane) 2018 yılı için nüfusu 2.719.113 kişidir. Bu bölge için 2018 yılında hesaplanan 15 yaş üzeri işgücü ise 1.113.000'dir. Bu işgücü 771.932 olan Ordu ili nüfusuna göre oranlanırsa yaklaşık 316.000 bulunmaktadır. Dolayısıyla Ordu'da 15 yaş üzeri işgücü oranı yaklaşık olarak %41'dir. Bu açıdan araştırmanın evreninin 316.000 olarak alınması makul bir seviyedir. Araştırmada evrenin büyüklüğü belli olduğu için örneklemin tespitinde aşağıdaki formülden yararlanılmıştır (Şanver, 2013:154):

$$n = \frac{Z^2 \pi (1 - \pi) N}{Z^2 \pi (1 - \pi) + (p - \pi)^2 (N - 1)}$$

N:Ana kütle,

n:Örneklem büyüklüğü,

Z:Güven düzeyine göre %95 için: 1,96 alınmaktadır.

π :Evren içindeki ilgilendiğimiz özellikteki birimlerin oranıdır. Bu rakam 0,41 olarak alınmıştır.

(p- π):Göz yumulabilir yanılğı payını göstermektedir.

Yukarıdaki formülün uygulanması sonucu örneklem sayısının 368 olarak alınmasının yeterli olabileceğine karar verilmiştir. Çalışmanın güvenilirliğini sağlaması açısından 390 örneklem (anket) alınmıştır. Toplanan anketlerin incelenmesi sonucunda 19 anket formunun geçersiz olduğu görülerek bunların dışında kalan 371 anket formu araştırmaya dahil edilmiştir.

6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmadaki anket sorularına verilen cevaplar SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak betimleyici istatistik yöntemleri olan frekans ve yüzde değerleri kullanılmıştır. Elde edilen bulguların yorumlanması ise %95 güven aralığında 0,05 anlamlılık düzeyinde yapılmıştır.

7. TÜRKİYE'DEKİ BES'NE KAYITLI OLANLAR HAKKINDA GENEL BİLGİLER

- Türkiye'de 19.04.2019 tarihi itibarıyla katılımcıların toplam fon tutarı 82.105,7 Milyon TL, buna ilave devlet katkısı fon tutarı ise 11.771,4 Milyon TL olmuştur.
- BES'e katılım gösteren kişilerin yaş dağılımının ise; 25 yaş altı %4,98, 25-34 yaş arasında %25,52, 35-44 yaş arasındaki %33,42, 45-55 yaş arasındaki %25,26, 56 yaş ve üzeri %10,82 şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu katılımcıların %6,3'ü lise ve dengi okul, %6,1'i meslek yüksekokul ve %87,6'sı ise üniversite ve üzeri eğitime sahiptir.
- BES'e en fazla katılımcının yerleşik olduğu ilk 10 il ise yüzdelik dilimler itibarıyla sırasıyla; İstanbul %27,99, Ankara %9,10, İzmir %6,93, Antalya %4,17, Bursa %3,99, Kocaeli %2,61, Adana %2,52, İçel %2,11, Muğla %1,98, Konya %1,96 şeklinde dağılmaktadır.
- Ordu ilindeki katılımcıların cinsiyete göre otomatik katılıma devam durumu 19.04.2019 tarihi itibarıyla incelendiğinde toplam 95.942 adet yapılan otomatik katılım sözleşmesinin 23.838'inin erkek, 12.228'inin kadın katılımcıya ait ve 6 tanesinin cinsiyet bilgisi olmamakla beraber toplamda 36.072 tanesinin devam ettiği görülmektedir. Buna göre otomatik katılımdan cayma oranı yaklaşık olarak %62,4 olmaktadır (<https://www.egm.org.tr/bilgi-merkezi/istatistikler/>, erişim tarihi:05.05.2019).

7.1. Alan Araştırmasına Ait Demografik Özellikler

Katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu, aylık gelir seviyesi gibi çeşitli şahsi özelliklerini belirten demografik özelliklere ait bilgiler metinsel olarak aşağıda sunulmuştur.

Araştırmaya katılan kişilerin 221'inin erkek ve 150'sinin kadın olduğu görülmektedir. Bu durumda erkek katılımcıların oranı %59,6 iken kadın katılımcıların oranı %40,4 olmuştur.

Araştırmaya katılan katılımcılar yaş grupları itibariyle incelendiğinde 15-24 yaşında %20,8, 25-34 yaşında %35, 35-44 yaşında %25,9, 45-54 yaşında %13,5 ve 55 yaş ve üstünde %4,9 oranında katılımcı olduğu görülmektedir.

Medeni durum itibariyle katılımcıların %60,9’unun evli, %35,8’inin bekar ve %3,2’sinin boşanmış kişi olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %6,7 oranında ilköğretim, %30,2 oranında lise, %12,7 oranında yüksekokul, %31,8 oranında üniversite, %13,2 oranında yüksek lisans ve %5,4 oranında doktora eğitimi düzeyinde katılımcı bulunmaktadır.

Mesleki duruma ilişkin verilen bilgilere göre; katılımcıların %46,6’sı kamu sektörü, %23,5’i özel sektör, %1,6’sı emekli, %5,4’ü kendine ait olan iş yerinde çalışmakta ve %22,9’u çalışmamaktadır.

Katılımcıların %21,8’i 0-1499 TL arası, %21,3’ü 1500-2499 TL arası, %12,7’si 2500-3499 TL arası, %10’u 3500-4499 TL arası ve %34,2’si 4500 TL ve üzerinde gelir sahibidir.

Katılımcıların aylık gider seviyelerine göre dağılımı Şekil 10’da verilmiştir. Buna göre katılımcıların %11,1’i 0-499 TL arası, %7,5’i 500-999 TL arası, %8,6’sı 1000-1499 TL arası, %7,3’ü 1500-1999 TL arası ve %65,5’i ise 2000 TL ve üzerinde aylık gider seviyesine sahiptir.

Katılımcıların %8,4’ünün Bağ-Kur, %46,2’sinin SSK, %39,7’sinin emekli sandığı, %2,7’sinin özel sandık veya vakıf, %3’ünün Genel Sağlık Sigortası kaydı bulunduğu görülmektedir.

7.2. BES’ne Kayıtlı Olan Katılımcılara Yönelik Yöneltilen Sorulara İlişkin Yanıtlar

Sorular, BES’e kayıtlı olma durumuna göre farklılaştırılmıştır. Buna göre BES’e kayıtlı olan katılımcılara Tablo 1’de verilen sorular, kayıtlı olmayan katılımcılara ise Tablo 21’de verilen sorular yöneltilmiştir.

Tablo 1. BES’ne Kayıtlı Olan Katılımcıların Yanıtları

| Bireysel emeklilik sistemine katılmaktaki amacınız hangisidir? | Frekans | Yüzde (%) |
|---|---------|-----------|
| Geleceğe yönelik birikim yapmak | 86 | 61,9 |
| Emekliliğimde ikinci bir emekli maaşı elde etmek | 18 | 12,9 |
| İleride çocuğum veya bir yakınım için kullanmak | 29 | 20,9 |
| Diğer | 6 | 4,3 |
| Hangi kanal aracılığıyla sisteme dahil oldunuz? | | |
| Bankalar | 113 | 80,7 |
| Sigorta ve emeklilik şirketleri | 27 | 19,3 |
| Sisteme dahil olduğunuz aracı türünüz aşağıdakilerden hangisi kapsamındadır? | | |
| Tamamen özel finansmanına sahip | 20 | 14,6 |
| Devlet destekli finansmana sahip | 117 | 85,4 |
| E-Devlet, emeklilik şirketiniz ya da diğer kanallar aracılığıyla fonlarınızın durumu hakkında bilgi alıyor musunuz? | | |
| Hayır, birikimlerimi hiç takip etmiyorum | 39 | 27,9 |
| Ara sıra bakıyorum | 82 | 58,6 |
| Düzenli olarak her ay bakarım | 19 | 13,6 |
| Katkı payı ödemeleriniz düzenli (vadesinde veya vadesinde ödenmeyen katkı payının ödeme tarihini takip eden 3 ay içinde ödenmesi) midir? | | |
| Evet | 111 | 80,4 |
| Hayır | 27 | 19,6 |
| Sistemden çıkmayı düşünür müsünüz? | | |
| Ekonomik açıdan olumsuz etkilediği için düşünebilirim | 18 | 12,9 |
| Birikimlerimi daha farklı değerlendireceğim için düşünebilirim | 12 | 8,6 |
| Hedeflediğim birikime sahip olunca ayrılmayı düşünüyorum | 28 | 20,1 |
| Beni herhangi bir şekilde olumsuz etkilemiyor, şimdilik düşünmüyorum | 1 | 43,9 |
| Devlet katkısını almak için asgari 10 yılı doldurduğum takdirde 56 yaşına gelinceye kadar düşünmüyorum | 20 | 14,4 |
| Bireysel Emeklilik Sistemini nereden duydunuz? | | |
| Çevremdeki kişilerden | 14 | 10,1 |
| Reklamlardan | 15 | 10,8 |
| İnternette | 7 | 5,0 |
| Banka ve sigorta şirketlerinden | 74 | 53,2 |
| Diğer | 29 | 20,9 |

Katılımcıların BES'e katılma amaçlarına yönelik sorulan soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%61,9) geleceğe yönelik birikim yapmayı amaçlamaktadır. %20,9'unun ise ilerde çocuğu veya bir yakını için kullanmayı amaçladığı görülmektedir.

Sisteme dahil olma aracı olarak katılımcıların %80,7'sinin bankaları, %19,3'ünün ise sigorta ve emeklilik şirketlerini tercih ettiği görülmektedir.

Sisteme dahil olurken aracı türü olarak katılımcıların %85,4'ünün devlet destekli finansman aracını, %14,6'sının ise tamamen özel finansman destekli aracı türünü tercih ettiği görülmektedir.

Sistemdeki fonlarının durumu hakkında bilgi alma konusunda katılımcılara yöneltilen soruya ilişkin verilen cevaplara göre katılımcıların %58,6'sı ara sıra fonlarının durumu hakkında bilgi almaktayken, %13,6'sı ise her ay düzenli olarak bilgi almaktadır.

Katkı paylarının düzeni olarak ödenip ödenmediğini araştırmaya yönelik sorulan soruya katılımcılar tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların %80,4'ünün düzenli ödeme yaptığı görülmektedir. Yani katılımcıların büyük bir çoğunluğu katkı paylarını vadesinde ya da en geç üç ay içinde ödemektedir.

Katılımcıların BES'deki devamlılıklarını araştırmaya yönelik sorulan soruya ilişkin verilen cevaplara göre katılımcıların çoğu (%43,9) herhangi bir şekilde olumsuz etkilenmediği için henüz sistemden çıkmayı düşünmediğini belirtmiştir. Sistemdeki devlet katkısını alabilmek için gereken şartları sağlamayı düşünen katılımcıların oranı ise %14,4 olmuştur.

Katılımcıların BES'i hangi şekilde duyduğunu incelemek amacıyla sorulan soruya verilen yanıtlara göre, katılımcıların yaklaşık yarısı (%53,2) banka ve sigorta şirketleri aracılığıyla, %10,1'i çevredeki kişilerden, %10,8'i reklamlardan, %5'i internetten duymuş ve %20,9'u ise diğer bir şekilde duymuştur.

7.3.BES'ne Kayıtlı Olmayan Katılımcılara Yönelik Yöneltilen Sorulara İlişkin Yanıtlar

BES'e kayıtlı olmayan kişilerin bu sisteme yönelik düşüncelerinin araştırılması amacıyla kendilerine Tablo 2'de yer alan sorular yöneltilmiştir.

Tablo 2. BES’ne Kayıtlı Olmayan Katılımcıların Yanıtları

| Geleceğinize yönelik birikim yapmak için bu sisteme dahil olmayı düşünür müsünüz? | Frekans | Yüzde(%) |
|---|---------|----------|
| Kesinlikle düşünürüm | 16 | 7,0 |
| Düşünürüm | 66 | 29,1 |
| Fikrim yok | 35 | 15,4 |
| Düşünmem | 86 | 37,9 |
| Kesinlikle düşünmem | 24 | 10,6 |
| Bireysel emeklilik sistemine dahil olmak isterseniz emeklilik şirketinde aradığımız en önemli faktör aşağıdakilerden hangisi olurdu? | | |
| Emeklilik şirketinin ismi | 5 | 2,2 |
| Emeklilik şirketinin hizmeti | 20 | 8,9 |
| Emeklilik şirketinin getiri oranları | 29 | 12,9 |
| Emeklilik şirketinin güvenilirliği | 60 | 26,7 |
| Hepsi | 111 | 49,3 |
| Bireysel emeklilik sistemine katılmamanızın nedeni nedir? | | |
| BES’in Türkiye’de yeterince tanıtılmadığını düşünüyorum | 36 | 16,2 |
| BES’in yapısal sorunlarının tam olarak çözülmediğini düşünüyorum | 23 | 10,4 |
| Emekli olmak için belirlenen 56 yaşını tamamlamak ve sistemde en az 10 yıl kalmış olmak şartını uygun bulmuyorum | 72 | 32,4 |
| BES’teki yatırım danışmanlarının yeterli bilgiye sahip olduklarını düşünmüyorum | 18 | 8,1 |
| Gelir durumumun yetersiz olması | 73 | 32,9 |
| Bireysel emeklilik sistemine yönelik çekinceniz nedir? | | |
| Girişte alınan aidatı yüksek buluyorum | 28 | 12,4 |
| Sistemde yapılan kesintiler kar elde etmemi engelleyecek düzeydedir | 40 | 17,7 |
| Hayat sigortalarında yaşanan olumsuz tecrübeler | 41 | 18,1 |
| Devlet teşvikinin ilerde kaldırılabilme ihtimali | 66 | 29,2 |
| Fonların doğru değerlendirilememesi endişesi | 51 | 22,6 |
| BES’e hangi koşulda dahil olurdunuz? | | |
| Daha az kesinti yapılsaydı | 36 | 15,9 |
| Gelir düzeyim yüksek olsaydı | 76 | 33,6 |
| Sigorta şirketlerinin sicili daha düzgün olsaydı | 9 | 4,0 |
| Sistemin geleceğine güvenebilseydim | 72 | 31,9 |
| Bu tarz sistemlere hiç bir şekilde katılmam | 33 | 14,6 |

Sisteme kayıtlı olmayan katılımcıların bu sisteme dahil olabilmeleri için araştırılan soruya ilişkin verilen cevaplara göre katılımcıların yaklaşık yarısı (%48,5) BES’e dahil olmayı düşünmemektedir. Katılımcıların %15,4’ü fikrinin olmadığı belirtmiş, %36,1’i ise genel olarak düşünürüm yanıtını vermiştir.

Katılımcıların sisteme kayıt olmaları için sistemde aradıkları en önemli unsurun tespiti için sorulan soruya ilişkin yanıtlara göre; %26,7’si emeklilik şirketinin güvenilirliği, %12,9’u emeklilik şirketinin getiri oranları, %8,9’u emeklilik şirketinin hizmeti, %2,2’si emeklilik şirketinin ismi şıklarını işaretlemekteyken %49,3’ü ise bu unsurlarını hepsini aradığını belirtmiştir.

BES’e katılmama nedeni olarak verilen cevaplar incelendiğinde en fazla işaretlenen neden gelir seviyesinin yetersizliği olmuştur. Ayrıca BES’ten emekli olmak için aranan şartları uygun bulmama seçeneği ise en fazla işaretlenen ikinci seçenek olmuştur.

Sisteme kayıtlı olmayan kişilerin bu sisteme yönelik çekincelerini tespit edebilmek amacıyla kendilerine yöneltilen soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde; katılımcıların çoğunun (%29,2) devlet teşvikinin ilerde kaldırılabilme ihtimali konusunda çekincesi olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla fonların doğru değerlendirilememesi endişesi seçeneği (%22,6), hayat sigortalarında yaşanan olumsuz tecrübeler seçeneği

(%18,1), sistemde yapılan kesintiler kar elde etmemi engelleyecek düzeydedir seçeneği (%17,7) ve girişte alınan aidatı yüksek buluyorum seçeneği (%12,4) izlemiştir.

Katılımcıların hangi koşul altında BES'ne dahil olabileceklerini tespit edebilmek amacıyla yöneltilen soruya ilişkin verilen yanıtlara göre; katılımcıların çoğunun (%33,6) gelir düzeyinin yüksek olması seçeneğini işaretlediği görülmektedir. Katılımcıların %15,9'u ise daha az kesinti yapılıysaydı seçeneğini işaretlediği görülmektedir. Dolayısıyla sisteme kayıtlı olmayan katılımcıların yaklaşık yarısının uygun maddi şartlar altında sisteme dahil olabileceği sonucu elde edilmektedir. Yine katılımcıların %31,9'unun sistemin geleceğine güvenebilmesi durumunda sisteme dahil olabilecekleri görülmektedir. Katılımcıların %14,6'sı bu tarz sistemlere hiç bir şekilde katılmam seçeneğini işaretlerken, %4'ü sigorta şirketlerinin sicili daha düzgün olsaydı seçeneğini işaretlemiştir.

SONUÇ

Türkiye'de sistem olarak olmasa da geçmiş yıllarda aile içi yardımlaşma, mesleki örgütlenmeler çerçevesinde yardımlaşma ve değişik adlarda sosyal hizmetler sağlanmıştır. Sosyal güvenlik sistemi diğer ülkelere göre Türkiye'de geç başlayan bir sistemdir. Bunun nedeni ise; sanayileşme sürecine diğer Avrupa ülkelerinden geç girmesinden kaynaklanmaktadır.

Nüfusun yaşlanmasına bağlı olarak aktif işgücü sayısının azalması, erken yaşta emeklilik, primlerin zamanında toplanamaması, kayıt dışı istihdam gibi nedenlerle sosyal güvenliği kullanan tüm ülkelerde finansal sorunlara neden olmuştur. Yaşanan sorunlar nedeniyle bütün dünya ülkeleri sosyal güvenlik reformu yapma ihtiyacı duymuştur. Yapılan reformlar BES'ni ortaya çıkarmıştır.

BES'nin gerek bireyler için gerekse ülke ekonomileri için çok büyük bir öneme sahip olduğu anlaşılmıştır. Bireyler açısından bakıldığında, orta vadede tasarruf sağlayan bireysel emeklilik, uzun vadede ise emeklilik dönemlerinde refah düzeylerinde artış meydana getirmektedir. Ülkeler açısından bakıldığında; ekonomilere uzun vadeli fonlar sağlayarak yatırımların artmasını dolayısıyla üretimin, istihdamın ve bunların sonucu olarak da milli gelirin artmasını sağlamaktadır.

Demografik ve ekonomik özelliklere bağlı olarak bazı ülkelerde BES sosyal güvenliğin alternatifi olarak uygulanırken bazı ülkelerde ise sosyal güvenliğin tamamlayıcısı olarak rol alır.

Devletin yasal olarak uygulamaya koyduğu bireysel emekliliğe otomatik katılımı işverenlerin çalıştırdıkları işçiler için bireyler emeklilik yaptırımları zorunlu hale geldi. Ordu'da 19.04.2019 tarihi itibarıyla otomatik olarak kaydı yapılan çalışanlarınsa %62,4'ünün cayma hakkını kullanarak sistemden ayrıldığı görülmektedir. Anket sonuçlarına göre cayma oranının bu derece yüksek olmasının ardında yatan sebeplerin başında sisteme duyulan güven eksikliği, bireylerin farklı birikim değerlendirme yöntemlerini kullanmaları, bireylerin birikim yapamayacak düzeyde gelir sahibi olmaları ve sistemde yapılan kesintilerin fazla olması gelmektedir.

BES'ne katılımın düşük olmasının nedenleri yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir seviyesi gibi faktörlere farklılaşmaktadır. Çalışmadaki katılımcıların cinsiyetlerine göre ayırım yapılırsa kadınların birikim aracı olarak BES'ni erkeklerden daha fazla tercih ettiği görülmektedir. Erkek katılımcıların en fazla tercih ettiği araç gayrimenkul yatırımı olurken kadınların ise döviz-altın tercihi yüksek çıkmıştır. Katılımcıların çoğunlukla (%60) geleceğinin güvencesi olarak gördüğü sosyal güvenlik sisteminin en önemli sorunu olarak kapsamının yetersiz olması görülmüştür. Ayrıca kaynakların verimsiz kullanılması ve sağlık hizmetlerinin yetersiz olması da algılanan en önemli sorunlardandır.

Her ne kadar çalışmaya katılım gösterenlerin yatırım bilgileri genellikle orta seviyede olsa da BES'ni hiç duymayan veya sistem hakkında az bilgisi olan kişilerin oranı %40,4 olmuştur. Ayrıca sistemin tanıtımının yeterliliğine ilişkin başka bir soruya göre ise katılımcıların %40,5'i sistemin yeterince tanıtımının yapılmadığını düşünmektedir. Bu durum sistem hakkında gerek devletin gerekse işverenlerin yeterli duyuruyu ve tanıtımı yapmadığını göstermektedir.

BES'nde ilave devlet katkısının tamamını alabilmek için sistemde en az 10 yıl kalmış olmak ve 56 yaşını doldurmuş olmak gerekmektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre katılımcıların sadece %2,4'ünün hem yaş şartının hem de sistemde kalma süresinin yükseltilmesi gerektiğini düşündüğü, katılımcıların çoğunluğunun ise sistemde kalma süresini uygun ancak yaş kriterini yüksek bulduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle sistemin özellikle yaş kriterinin revize edilmesi sisteme kayıtlılık oranlarını artırabilecek önemli bir unsurdur. Maddi açıdan herhangi bir olumsuzluk yaşamayan ancak yine de sisteme kayıt yaptırmayan katılımcıların bu davranışlarının ardında yadsınamayacak derecede güven sorunu bulunmaktadır. Çünkü daha önce hayat sigortalarında yaşanan bazı olumsuz gelişmelerin bu sistemde de oluşabileceği ve böylece hem devlet katkısını hem de birikimlerini alamama ihtimali sisteme güven duyulmasını zorlaştırmaktadır. Çalışmadaki katılımcıların yaklaşık yarısı devlet güvencesi de olsa BES'ni kısmen güvenli bulmaktadır, diğer katılımcılar

arasında ise oranı biraz daha yüksek olsa da sistemi güvenli bulanlar ile bulmayanların sayısı birbirine yakın bulunmuştur. Öyle ki sisteme dahil olmayan katılımcıların %31,9’unun sistemin geleceğine güvenebilmesi durumunda sisteme dahil olabilecekleri bulgusuna varılmıştır.

BES’ne kayıtlı olan katılımcıların %80,7’si bankalar aracılığıyla sisteme dahil olmuş, katılımcıların %85,4’ü devlet destekli finansman aracını tercih ederek büyük çoğunlukla (%61,9) geleceğe yönelik birikim yapmayı amaçladıkları görülmektedir. Birikim amacından farklı olarak devlet katkısını alabilmek için asgari şartları sağlayarak emekli olmayı düşünenlerin oranı ise %14,4 olmuştur. Bu durum katılımcıların henüz sisteme uzun vadede dahil olmayı amaçlamadıklarını ve emekliliğe tam olarak karar veremediklerini göstermektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre sisteme kayıtlı olan katılımcıların yaklaşık yarısı banka ve sigorta şirketleri aracılığıyla sistemi duymuş ve katılımcıların %80,4’ünün düzenli ödeme yaptığı bilgisine ulaşılmıştır. BES’ne katılmama nedeni olarak verilen cevaplar incelendiğinde en fazla işaretlenen neden gelir seviyesinin yetersizliği iken, yine sisteme hangi durumda dahil olabileceklerini tespit etmeye yarayan soru içinse gelir seviyesinin yüksek olması cevabı en fazla işaretlenen şık olmuştur. Ayrıca katılımcıların %15,9’u ise daha az kesinti yapılmasını istemektedir. Dolayısıyla sisteme kayıtlı olmayan katılımcıların yaklaşık yarısının uygun maddi şartlar altında sisteme dahil olabileceği sonucu elde edilmiştir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç da sisteme kayıtlı olmayan katılımcıların çoğunun (%29,2) devlet teşvikinin ilerde kaldırılabilme ihtimali konusunda çekincesi olduğu ve yaklaşık yarısının (%48,5) BES’ne dahil olmayı düşünmediği bilgisidir.

Ordu ili için genel olarak BES’ne katılımın yüksek oranda gerçekleşmemesinin başlıca nedenleri; sisteme duyulan güvenin yetersizliği, bireylerin tasarruf için ayırabilecekleri gelirin yetersizliği ve devlet katkısından yararlanabilmek için emeklilik şartlarının uygun bulunmamasıdır. Bunun için sistemin daha fazla tanıtımının yapılması ve sisteme duyulan güven sorununun aşılması için gerekli bir takım faaliyetlere ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akbulak, Sevinç ve Yavuz Akbulak, (2004) “Türk Sosyal Güvenlik Sisteminde Yaşanan Sorunlar ve Alınması Gereken Önlemler”, Maliye Hesap Uzmanları Vakfı, Yayın No:17, Ankara.
- Antón, José-Ignacio, Muñoz de Bustillo Rafael., ve Macías Enrique Fernández. (2011) "Supplementary pensions and saving: evidence from Spain", FUNCAS Working, Paper No. 651.
- Apak, Sudi ve Kamer Hagop Taşçıyan, (2010) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sisteminin Gelişimi”, Ekonomi Bilimleri Dergisi,2(2), 121-129.
- Arslan, Fatih, (2006) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi, Fon Yaratma Kapasitesi ve Sermaye Piyasaları Üzerine Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Avcı, Emin, (2011) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Şirketi ve Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Etkinliği”, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Aydın, Asaf, (2008) “Türkiye’de ve Dünyada Bireysel Emeklilik Sistemi”, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Aydın Şahin, Şule, Tılıç, R., Helga ve Elveren, Y., Adem (2010). “The Individual Pension System in Turkey: A Gendered Perspective”, Ekonomik Yaklaşım, 21(77), ss. 115-142.
- Balsızan, Hakan Naci. (2016) “Türkiye’de Uygulanan Bireysel Emeklilik Sistemi Dahilinde Faaliyet Gösteren Emeklilik Yatırım Fonlarının Performans Değerlendirmesi”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Başar, Selim. Eren, Murat. ve Bozma, Gürkan., 2017 “Bireysel Emeklilik, Tasarruf Oranı ve Cari Açık Arasındaki İlişki: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama”, International Conferans on Euroasian Economies Bildiri Kitabı, ss. 591-597.
- Bayraktutan, Yusuf ve Mustafa Şahin, (2007) “Bireysel Emeklilik Sektörünün Gelişimi ve Bilgi-Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı”, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 2(2), 96-109.
- Benjamin, J. Daniel (2003) “Does 401(k) eligibility increase saving?: Evidence from propensity score Subclassification”, Journal of Public Economics, 87, ss. 1259–1290.
- Bozkuş, S. Cihan ve Elveren Y. Adem (2008) “Türkiyede Bireysel Emeklilik Sistemindeki Cinsiyet Farklılıklarının Analizi”, Ekonomik Yaklaşım, 19(69), ss. 89-106.
- Büyükkara, Gökür ve Mehmet Balcı, (2014) “Bireysel Emeklilik Sisteminde Eski ve Yeni Teşvik Düzenlemeleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 1(1), 1-17.
- Can, Yeşim, (2010) “Bireysel Emekliliğin Türkiye’deki Durumu ve Gelişimi”, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 2(2), 139-146.
- Coşkun Özer, Ahu ve Hayrünisa Gürel, (2014) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi Bilgi Düzeyi ve Bes’e Katılımda Devlet Katkısının Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(25), 159-166.
- Çımrın, F. ve Durdu, Z. (2015) “Türkiye’de Sosyal Güvenlik Sisteminin Dönüşümü Ve Bireysel Emeklilik Sistemi”, HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, Cilt: 4, Yıl: 4, Sayı: 8 (2015/1), 60-75.
- Dağalp, Namık, “Bireysel Emeklilik Sistemi ve Son Gelişmeler”, Banka, Mali ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Erişim Tarihi: 01.06.2018,
- Demirpehlevan, Burhan, (2010) “Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi”, Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Elveren, Y. Adem ve Hsu, Sara (2007) “Gender gaps in the individual pension system in Turkey”, Working Paper, University of Utah, Department of Economics, No. 2007-06.
- Emeklilik Gözetim Merkezi, Bireysel Emeklilik Nedir?, erişim tarihi 01.07.2018, <https://www.egm.org.tr/bireysel-emeklilik/bireysel-emeklilik-nedir/>.
- Emeklilik Gözetim Merkezi, Emeklilik Sistemi (BES) Hakkında, erişim tarihi 26.02.2014, <http://www.egm.org.tr/?sid=69>.
- Emeklilik Gözetim Merkezi, erişim tarihi 05.05.2019, <https://www.egm.org.tr/bilgi-merkezi/istatistikler/>.
- Emeklilik Gözetim Merkezi, erişim tarihi 14.05.2019, <http://www.egm.org.tr/?sid=69>.
- Emeklilik Gözetim Merkezi, erişim tarihi 14.06.2018, <https://www.egm.org.tr/bireysel-emeklilik/devlet-katkisi/>.
- Erçetin, G.(2015) “Müşteri İlişkileri Yönetiminde Bireysel Emeklilik Sistemi Uygulaması”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Ergenekon, Çağatay, (1998) Özel Emeklilik Fonları Şili Örneğinden Alınacak Dersler, İMKB Yayınları, İstanbul.
- Feldstein, Martin (1997)“Transition To A Fully Funded Pension System”, Nber Working Paper Series, 6149.
- Fornero, E., Monticone, C. (2011) “Financial literacy and pension plan participation in Italy”, Journal of Pension Economics and Finance, 10(04), 547-564.
- Güleç, B. (2003) “Dünya’da Sosyal Güvenlik Reformu Işığında Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi(Riskler ve Öneriler)”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gülhan, Cem (2007) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Güneş, Hidayet (2015) “Bireylerin Bireysel Emeklilik Sistemine Yönelik Tutum Ve Davranışları: Karabük İlinde Bir Alan Araştırması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük: Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Heidarpour, S. (2014) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sigortası Pazarının Gelişim Süreci ve OECD Ülkeleri Karşılaştırılması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Horoz, U. (2006) “Bireysel Emeklilik Pazarı ve Şirket Stratejileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Huberman, G., Iyengar, S. S., Jiang, W. 2007. “Defined Contribution Pension Plans: Determinants of Participation and Contributions Rates”, Journal of Financial Services Research, 31(1), 1-32.
- İnneci, Ahmet, (2013) “Bireysel Emeklilik Sisteminde Yapılan Yeni Düzenlemeler ve Değerlendirilmesi”, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(1), 105-120.
- Kaya, Feridun, (2010) “Sigortacılık”, Beta Yayınları, İstanbul.
- Kaydu, Zerrin (2006) “Bireysel Emeklilik Sisteminde Tüketici Profillerinin Farklılaşması: Antalya Ve Isparta İllerinin Karşılaştırılması Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kızılgöçer, Zeynep, (2014) “Bireysel Emeklilik Sistemi ve Bireysel Emeklilik Sistemindeki Sigorta Şirketlerinde Fon Yönetimi”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Koban, Hakan (2008) “Bireysel Emeklilik Sisteminde Pazarlama: Tüketici Algıları Üzerine Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, Esfender. (2007) Sosyal Güvenlikte Yeni Yaklaşım: Bireysel Emeklilik, Yayın No:2006-21, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.
- Köseoğlu, Aylin, (2009) “Veri Zarflama Analizi ile Türkiye’deki Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Etkinliğinin İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Munnell, A., Sunden, A., Taylor, C. 2002. “What determines 401(k) plan participation and contributions?”, Social Security Bulletin, 64(3), 64-75.
- Nazlıgül, Gülcan, (2017) “Bireysel Emeklilik Sistemi Farkındalığı: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(21), 369-383.
- Orhan, M. (2015) “Bireysel Emeklilik Sistemi Ve Genç Tüketicilerin Algı Ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özbolat, Murat, (2004) “Türkiye’de Hayat Sigortaları ve Bireysel Emeklilik Sistemi”, Detay Yayıncılık,1.baskı, Ankara.
- Özer, Özlem ve Çınar Evren. (2012) “Bir Vakıf Üniversitesi Akademik Personelinin Bireysel Emeklilik Sistemine Bakış Açısının Değerlendirilmesi”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(19), 75-88
- Öztürk, Yavuz, (2010) “Dünyada ve Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi: Türkiye Performansı Üzerine Değerlendirmeler”, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Pitt-Watson, D. (2011). “Tomorrow’s Investor”, Pensions, 16, ss.191-205.
- Samancı, Selen, (2010) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sisteminin Analizi ve Tüketicilerin Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma(Ankara İli Örneği)”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sezer, Fatma, (2008) “Bireysel Emeklilik Sistemi ve Fonlarının Performans Değerlendirmesi”, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sezgin, Selami. Yıldırım, Tuba (2015) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sisteminin Etkinliği”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, S. 2, ss. 123-140.
- Solmaz, A. (2016) “Bireysel Emeklilik Fonlarının Türkiye Ekonomisindeki Önemi Gelişimi ve Avrupa Birliği Ülkeleri ile Karşılaştırılması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şanver, Cahit, (2013) “Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Vergi Güvenlik Önlemleri Ve Mükelleflerin Vergi Güvenlik Önlemlerine Uyumu Araştırması”, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şener, Orhan ve Akın, Faruk (2010) ” Özel Emeklilik Fonları Ve Türkiye’de Bireylerin Bireysel Emeklilik Sistemine Giriş Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, 28(1), ss. 291-312.
- T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, erişim tarihi 14.05.2017, <http://www.bireyselemeklilik.gov.tr/tarihce.htm>.
- Uğur Suat, (2004) “Özel Emeklilik Türleri ve Bireysel Emeklilik”, Çimento İşveren Dergisi, C:18,Sayı:4, Temmuz.
- Uyar, Hilal İlgin, (2012) “Bireysel Emeklilik Sistemi”, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uyar, Hilal İ. (2011) “Türkiye’de Bireysel Emeklilik Sistemi İle Ekonomik Gelişmişlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yanardağ, M. Özgür , (2010) “Türkiye’de Sosyal Güvenlik Sistemi ve Bireysel Emeklilik Sisteminin Etkinliği: Muğla İli Üzerine Ampirik Bir İnceleme”, Doktora Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

- 4632 sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu, Madde: 20, Erişim Tarihi: 19.01.2019, <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2001/04/20010407.htm/20010407.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2001/04/20010407.htm>,
- 6327 Sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf Ve Yatırım Sistemi Kanunu ile Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Madde: 29, erişim Tarihi 26.06.2018, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120629-1.htm>.

GDELT Kullanarak Toplumsal Huzursuzlukların Tahmin Edilmesi: Tunus Örneği

Using GDELT Estimation of Social Unrest: The Tunisia Example

Sadullah ÇELİK*

ÖZ

Günümüzde, toplumsal huzursuzluklar (protestolar, grevler, çatışmalar ve işgal olayları) birçok ülkenin sınırlarının ve siyasal yapılarının şekillenmesinde ve değişmesinde etkin bir rol almaktadır. Gerek demokrasilerde ve gerek otoriter rejimlerde toplumsal huzursuzlukların proaktif olarak ele alınması hükümet ve politika yapıcılar için büyük öneme sahiptir. Bugün geliştirilen GDELT projesi sayesinde artık toplumsal olaylar gerçek zamanlı izlenebilmekte ve bu sayede ülkelerin gelecekte yaşaması muhtemel süreçler tahmin edilebilmektedir. Bu çalışmada, ülkelerin istikrarsızlıkları ile ilgili huzursuzluk olaylarını tespit etmek için hesaplamalı bir yaklaşım kullanılmıştır. Bunun için tarihteki belli bir zaman aralığının da (30 günlük bir pencerede) benzer kalıpları (desenleri) tespit etmek için Google BigQuery'nin Pearson korelasyon özelliği kullanılmıştır. Çalışmada, Tunus'un 25 Temmuz 2013 sorasındaki 30 günlük süreçte yaşananlar, GDELT'ten elde edilen çeşitli olay verileri kullanılarak tahmin edilmiştir. Tunus'ta gerçekte yaşananlar tahmin sonuçları ile karşılaştırıldığında $r=0.725$ gibi yüksek bir korelasyon katsayısı bulunmuştur. Elde edilen bu korelasyon katsayısı Tunus için yapılan tahminlerin doğruluğunun güvenilir olduğunu göstermektedir.

ANAHTAR KELİMELER

GDELT, BigQuery, Pearson Korelasyonu, Huzursuzluk Olayları, Tahmin

ABSTRACT

Today, social unrest (protests, strikes, conflicts and occupation events) plays an active role in shaping and changing the borders and political structures of many countries. The proactive handling of social unrest, both in democracies and in authoritarian regimes, is of great importance for government and policy-makers. Thanks to the GDELT project developed today, social events can now be monitored in real time, thus predicting the future processes of countries. In this study, a computational approach is used to detect the incidents of unrest related to the instability of countries. To do this, Google BigQuery's Pearson correlation feature was used to identify similar patterns (patterns) for a specific time period in a date (in a 30-day window). In the study, what happened during the 30-day period of 25 July 2013 in Tunisia was estimated by using various event data obtained from GDELT. A high correlation coefficient of $r = 0.725$ was found when compared to the actual results in Tunisia. This correlation coefficient shows that the estimations made for Tunisia are reliable.

KEYWORDS

GDELT, BigQuery, Pearson Correlation, Events of Unrest, Prediction

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 19.07.2019 | 26.08.2019 |
| Atıf | Çelik, S. (2019). GDELT Kullanarak Toplumsal Huzursuzlukların Tahmin Edilmesi: Tunus Örneği. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 589-600. |

GİRİŞ

Son çeyrek yüzyıldaki çalışmaların arkasındaki itici güçlerden biri, davranışlarımızı temel alan kalıplardır. Bu kalıplar, bizi insan yapan anlatıların ve duyguların küresel toplumu anlamamıza yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu kalıplar büyük veri setlerini ve bilgi işlem platformlarını nasıl kullanabileceğimiz konusunda bizlere yol göstermektedir. Bilgi işlem platformları, geçmişimizi kataloglamakta ve görselleştirmekte, tarihin kalıplarını bulmakta ve tüm anlatılanları ve hikayeleri bir araya getirmektedir. Dijital ve sayısallaştırılmış tarihimiz kitlesel hesaplama gücü ile birleştirildiğinde ve yönetilerek yönlendirildiğinde büyük hayranlık uyandırmaktadır. Bilim insanları; kim olduğumuza, nerede olduğumuza ve nereye gittiğimize dair soruların veriye dayalı cevaplarının insanoğlunun geleceğinin keşfedilmesini sağlayabilir mi? Sorusuna cevap aramışlardır.

Sivil huzursuzluk hem demokrasilerde hem de otoriter rejimlerde sık görülen bir durumdur. Bu olayları tespit etmek ve tahmin etmek sosyal bilimciler ve politika belirleyiciler için kilit öneme sahiptir. Çünkü bu olaylar önemli toplumsal ve kültürel değişikliklere yol açabilmektedir. Siyaset bilimciler için, sivil huzursuzluklar, vatandaşların görüşlerini ve tercihlerini otoritedeki kişilere yansıtma konusunda yardımcı olduğu için önemlidir. Bu nedenle, gelecekteki zamanın söz konusu haberlerde ve sosyal medyada tespit edilmesi, protesto tahmin sistemi geliştirmenin doğrudan bir yoludur. Bu gizli istikrarsızlıkların ortaya çıkmadan önce tahmin edilmesi birçok alan için önemlidir. Turizm endüstrisi için bu huzursuzlukların önceden tahmin edilmesi, seyahat uyarıları yapılmasını sağlayabilir. Hükümetler için bir protesto tahmin sistemi, vatandaşların şikâyetlerine öncelik verilmesini sağlayabilir. Kolluk kuvvetleri için gösterilere hazırlıklı olma konusunda yardımcı olabilir. Sosyal bilimciler için protesto tahminleri, vatandaşların kendilerini nasıl ifade ettikleri konusunda bir fikir verebilir. Son olarak, protestolar birden fazla endüstri üzerinde (özellikle dünya çapında tedarik zinciri yönetimine dayananlar) zayıflatıcı bir etkiye sahip olabilir. Bu nedenle bir protesto tahmin sistemi, alternatif seyahat ve nakliye rotalarının planlanmasına yardımcı olabilir (Muthiah et al., 2015). Tüm bunalar, birçok sosyal ve veri bilimcisini, bu olaylarda yer alan kalıpları ortaya koymaya ve gelecekteki gizli protestoların tahminine daha fazla odaklanmaya yönlendirmiştir (Kallus, 2014, Cadena et al., 2015, Korkmaz, 2015).

Washington'daki Georgetown Üniversitesi'nde veri bilimci olan Kalev Leetaru tarihteki büyük veri kalıplarının incelenerek geleceğin tahmin edilebileceğine inanmaktadır. Leetaru, büyük veri tabanlarını sorgulamak için tasarlanan Google BigQuery adlı bir aracı kullanarak, 1979 yılına kadar uzanan bir olay veritabanına ulaşmayı başarmıştır (Cellan-Jones, 2014). Bu olay veritabanı, son 40 yılda 100'den fazla dilde sayısız kaynaktaki olayların medya raporlarını derleyen GDELT (Global Database of Events, Language, and Tone- Küresel Olay Veri Tabanı, Dil ve Ton)'dir (Leetaru, 2014). Leetaru, GDELT'te toplanan çeyrek milyar veri kaydını Google'ın altyapısında bulunan BigQuery'i kullanarak birkaç saniyede analiz edebilmektedir. Leetaru, yaptığı bazı analizlerde yıllar içerisinde kendisini tekrarlayan karmaşık olay kalıplarına ulaşmıştır. Leetaru, Mısır, Ukrayna ve Lübnan da yaşanan son olaylara bakarak bu olaylara benzeyen kalıpları bulmaya çalışmıştır. Modern medyanın kısa dikkat süresi göz önüne alındığında, bu yöntem tarihi inceleyen ilkel ve güvenilir bir yol gibi gözükse de, Leetaru, bunun altında yatan modellerin tahmin edebileceğimizden daha karmaşık olduğunu söylemektedir.

Leetaru, sözkonusu kalıplara ilişkin şunları söylemektedir: “Örneğin; Mısır'da yaşanan olayların son iki ayını alıyorsanız ve geçmişte en benzer dönemler için her ülkenin geçmişini araştırıyorsanız, o zaman tüm bu dönemlerden sonra neler olduğuna bakarsanız. Bu size daha sonra Mısır da ne olacağı konusunda oldukça iyi bir tahmin verir.” Leetaru, tarihçiler için bu tür bir hesaplama aracının, mesleki uzmanlıklarına yönelik bir tehdit olmadığı ve tarihçilerin bunu başka bir teknik olarak görmeleri gerektiğini söylemektedir.

Şimdiye kadar dünyadaki huzursuzlukları öngörmede GDELT'i kullanan az sayıda çalışma vardır. Alikhani (2014), Qiao ve Wang (2015) ve Keneshloo ve arkadaşları (2014) çalışmalarında GDELT'i kullanarak regresyon yöntemi ile öngörü yapmışlardır. Yonamine (2013) çalışmasında, GDELT'i kullanarak zaman serisi tahmini yapmıştır. Qiao ve Chen (2016) Tayland'ın istikrarsızlığı ile ilgili göstergeleri tahmin etmek için Gizli Markov Modelleri temelli bir yöntem oluşturmak için GDELT'i kullanmışlardır. Qiao ve Wang (2015) GDELT'i kullanarak protesto olaylarını tespit etmede ve öngörmede hesaplamalı bir yaklaşım kullanmışlardır.

Bu makale Leetaru'nun (2014), “Psikotarihte Doğru: Google BigQuery ile Dünya Tarihinin Yapılarını Keşfetme” adlı çalışmasından esinlenerek yapılmıştır. Leetaru (2014) çalışmasında, Mısır devriminin ikinci günü; 27 Ocak 2011 ile Ukrayna Cumhurbaşkanı Viktor Yanukoviç'in ülkesinden kaçtığı; 22 Şubat 2014 tarihleri referans noktası olarak almıştır. Yapılan analizler sonucunda Mısır ve Ukrayna'nın ikinci 60 günlük dönemleri için korelasyon katsayıları sırasıyla; $r=0,48$ ve $r=0,49$ tahmin edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlarda

şu anda bir ülkede yaşanan benzer tarihi dönemleri sorgulayarak, geçmişte her bir dönem sonrasında yaşananlara gelecekte hedef ülkenin ölçülebilir bir tahmini olarak bakılabileceği sonucuna varılmıştır.

Bu çalışmanın amacı, dünya haber medyasını takip eden GDEL T veritabanını kullanarak ülkelerin benzer tarihi kalıplarını yakalamak ve benzer süreçlerden sonraki sürecin ülkelerin geleceğini tahmin etmede kullanılıp kullanılamayacağını araştırmaktır. Bu çerçevede, Tunus'un tarihinde önemli protestoların yaşandığı 25 Temmuz 2013 tarihi referans noktası alınmıştır. Öncelikle, Google BigQuery'nin korelasyon özelliğinden yararlanarak Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten önceki 30 gününe en çok benzeyen dünya tarihindeki kalıplar ülkeler bazında araştırılmıştır. Daha sonra, Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten önceki 30 gün ile yüksek korelasyonlu çıkan ülkelerin Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten sonraki 30 günlük süreçte de (Tunus ile) korelasyonlu olup olmadığı araştırılmıştır. Son olarak geçmişte birbirini takip eden 30 gün içerisinde en çok benzerlik gösteren tarihi dönemlerin ortalaması alınarak Tunus'ta 25 Temmuz 2013'ten sonraki 30 günde yaşanabilecekler için olası bir tahmin olarak kullanılıp kullanılamayacağı araştırılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde, Google BigQuery'nin yapısı hakkında genel bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, 100'den fazla dilde her ülkenin hemen her köşesinden dünyanın yayın, baskı ve web haberlerini izleyen GDEL T veri seti ile Pearson korelasyon katsayısı hakkında genel bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde, elde edilen bulgular yorumlanarak sunulmuştur. Sonuç bölümünde ise, elde edilen sonuçlar sıralanarak, yorumlanmış ve tartışılmıştır.

1. BIGQUERY NEDİR?

Büyük veri kümelerinin saklanması ve sorgulanması, doğru donanım ve altyapı olmadan zaman alıcı ve masraflıdır. BigQuery, Google altyapısının işlem gücünü kullanarak süper hızlı SQL sorguları sağlayarak bu sorunu çözen bir kurumsal veri deposudur (Hoffa, 2017). BigQuery, kullanıcıların, çok terabaytlı veri kümelerine saniyeler içinde hızlı, SQL sorguları yapmalarına imkan sağlamaktadır (Google Cloud Platform Blog, 2014). BigQuery'deki sorgular bir REST API aracılığıyla gönderilir ve gelişmiş sorgular, kullanıcı tanımlı JavaScript işlevleriyle genişletilebilen standart SQL veritabanında yapılmaktadır. Her gün müşteriler tarafından kullanılabilen yüzlerce terabaytlık yeni veri (toplu iş ve akış) sorgulanmak üzere BigQuery'e yüklenmektedir. Binlerce işlemci tek bir sorgulamaya katılabilir ve veri endeksleme veya bölümlenmeye gerek kalmadan hızlı sonuçlar elde edilebilmektedir (Leetaru and Hoffa, 2015). BigQuery ölçeklenebilir ve kolay kullanılabilir özelliği sayesinde veriler hakkında gerçek zamanlı bilgiler sunmaktadır. Ayrıca GDEL T'in BigQuery'deki kullanılabilirliği sayesinde küresel insan toplumu ve dünya hakkında gerçek zamanlı görüşlere erişmekte mümkündür.

Google'ın BigQuery veritabanı, GDEL T gibi veri kümeleri için özel olarak tasarlanmıştır. BigQuery GDEL T veri kümesinde gerçek zamana yakın anlık sorgulama yapmaktadır (GDEL T, 2019). GDEL T'in gerçek zamanlı sorgulamalarından çıkan desenler, önemlerini, uygunluklarını ve altında yatan itici güçleri belirlemek için tarihi arşivler bağlamında önemlidir (Leetaru and Hoffa, 2015). Kırılma olaylarının analizini etkinleştirmek için gerçek zamanlı güncellemelerin hemen kullanılabilir olması gerekir. Bu nedenle, BigQuery'nin akış eklemeleri yoluyla desteklediği hem gerçek zamanlı hem de geçmiş veri depolarında birleşik sorgulamaya izin veren bir ortama ihtiyaç duyulur (Leetaru and Hoffa, 2015). BigQuery'de GDEL T'e sahip olmanın en önemli yanı, karmaşık sorgulama, verilerin çıkarılması ve gerçek dünya analizlerinin veritabanında yapılmasına izin vermesidir. Son 40 yılda, dünyadaki en önemli çatışma etkileşimlerini aylara göre hesaplamak veya bir grup ülke arasındaki farklı ilişki sınıfları arasında çapraz sekanslı korelasyonlu sorgular BigQuery'nin içinde çalıştırılabilir ve birkaç saniye içerisinde sonuçlara ulaşılmaktadır.

2. VERİ SETİ

Bu çalışmada dünya haber medyasını takip eden GDEL T veri kümesindeki çatışma verileri kullanılmıştır. Bu veriler dünya medyasında ülkelerle ilgili yapılan çatışma haberlerinin frekansdır. Buradaki çatışma olayları; askeri seferberlikler, yardım ya da diplomatik ilişkilerin durdurulması/azaltılması, ambargo, boykot ve yaptırımlar, protestolar, sokağa çıkma yasağı ve kitlesel gözaltına alınma gibi zorlama ve fiziksel saldırılardan oluşmaktadır.

Google tarafından desteklenen GDEL T projesi, dünyanın dört bir yanından yayın, baskı ve çevrimiçi haber kaynaklarından çıkan yüz milyonlarca olay kaydından oluşmaktadır (Van der Aalst et al., 2011). GDEL T, yerel olarak ele alınan olaylar hakkında bilgi toplayan 440 milyondan fazla girişe sahiptir. GDEL T, insan toplumunun en geniş, en kapsamlı ve en yüksek çözünürlüklü açık kaynaklı veritabanıdır. Bu veritabanı, 1979'dan günümüze kadar ulusal ve uluslararası haber kaynaklarından 100'den fazla dilde çeviri yapmaktadır. GDEL T, dünyanın her ülkesinde insani toplumsal boyutta davranış ve inançların bir kataloğunu oluşturarak, gezegendeki her kişiyi, organizasyonu, yeri, sayısı, temayı, haber kaynağını ve olayı, etrafta olup bitenleri

yakalayan tek bir ağa bağlamaktadır. GDELT sayesinde her gün dünya içeriğinin ne olduğu, kimlerin etkileşim içerisinde olduğu ve dünyanın nasıl hissettiğini anlamak mümkündür (Fallahi, 2017).

3.METODOLOJİ

İki değişken arasındaki ilişkinin gücü genellikle r ile gösterilen Pearson Momentler Çarpımı korelasyon katsayısı (Pearson Product Moment correlation coefficient) ile ifade edilmektedir. Pearson korelasyon katsayıları -1.0 ile +1.0 arasında değişmektedir. Eğer korelasyon katsayısı; $r=-1.0$ ise, ölçülen tüm noktalar negatif eğime sahip bir doğru (çizgi) üzerine düşerek mükemmel bir korelasyonu temsil etmektedir. Eğer $r=0.0$ ise, değişkenler arasında kesinlikle doğrusal bir ilişki yoktur. Eğer $r=+1.0$ ise, pozitif bir eğime sahip olan bir doğru (çizgi) üzerindeki noktalar mükemmel bir korelasyonu temsil etmektedir. X ve Y iki değişken olmak üzere; bu iki değişken arasındaki basit doğrusal korelasyon katsayısı (1) denklemindeki formül ile hesaplanır:

$$r = \frac{SS_{xy}}{\sqrt{SS_{xx}SS_{yy}}} \quad (1)$$

Denklem (1)'deki SS_{xy} , X ve Y 'nin ortalamalardan sapmalarının çarpımları toplamını SS_{xx} ve SS_{yy} ise sırasıyla X 'lerin ve Y 'lerin ortalamalardan sapmalarının kareler toplamını göstermektedir. SS_{xy} , SS_{xx} ve SS_{yy} (2) denklemindeki gibi hesaplanır.

$$\begin{aligned} SS_{xy} &= \sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y}) = \sum xy \\ SS_{xx} &= \sum(X - \bar{X})^2 = \sum x^2 \\ SS_{yy} &= \sum(Y - \bar{Y})^2 = \sum y^2 \end{aligned} \quad (2)$$

Denklem (1)'deki r ortalamalar cinsinden elde edilen gözlem değerleri kullanılarak (3) denklemindeki gibi hesaplanır:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad (3)$$

Hesaplanmış olan basit korelasyon katsayısının anlamlılığını test etmede seçilen anlamlılık düzeyinde (4) denklemindeki gibi test edilir (Gürsakar, 2013: 351).

$$\begin{aligned} H_0: \rho &= 0 \\ H_1: \rho &\neq 0 \end{aligned} \quad (4)$$

Sıfır hipotezi, anakütle korelasyon katsayısının sıfıra eşit olduğunu, alternatif hipotez ise, anakütle korelasyon katsayısının sıfırdan farklı olduğunu belirtmektedir (Gürsakar, 2013: 351).

Pearson korelasyon katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı, $t - testi$ ile test edilmektedir. Karar aşamasında bir t_h istatistiği (5) denklemindeki gibi hesaplanır (Köseoğlu ve Yamak, 2001:275).

$$t_h = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (5)$$

Eğer hesaplanan t_h istatistiğinin mutlak değeri $(n-2)$ serbestlik derecesi ve seçilen anlamlılık düzeyine karşılık (çift yönlü t tablo) gelen kritik tablo değerinden büyük, yani; $|t_h| > t_{n-2,\alpha}$ ise sıfır hipotezi (H_0) red edilir. Yani anakütle korelasyon katsayısının sıfırdan farklı olduğu sonucuna varılır. Diğer taraftan eğer; $|t_h| < t_{n-2,\alpha}$ ise, anakütle korelasyon katsayısının sıfır olduğu sonucuna varılır (Köseoğlu ve Yamak, 2001:275)

4.BULGULAR

BigQuery'de GDELT'e sahip olmanın en önemli yönlerinden biri, çeyrek milyar verinin gerçek zamanlı sorgulanması ve özetlenmesidir. Ayrıca, BigQuery'nin korelasyon desteği, GDELT'i küresel insan toplumunun temelini oluşturan temel kalıpları aramak için kullanma imkânı sunmaktadır. Bu çalışma da; geleceği tahmin etmek için geçmişteki benzer dönemlere bakıla bilir mi? Sorusuna yanıt aranmıştır. Bu amaçla çalışma da; 25 Temmuz 2013'te Tunus'ta katledilen Halkçı Cephe Milletvekili'nin öldürülmesinden ve hükümetin devrilmesinden sonra ülkede ne olacağını tahmin etmek mümkün müydü? Sorusuna cevap bulmaya çalışılmıştır. Yani, esasında çalışmada, geleceği tahmin etmek için geçmişteki benzer tarihi kalıplara (desenlere) bakılabilir mi? Sorusuna yanıt aranmıştır.

Öncelikle aşağıdaki algoritma ile 25 Temmuz 2013'ten önceki bir ay boyunca Tunus'ta yaşanan huzursuzluk yoğunluğunun bir zaman çizelgesini oluşturmuştur. Daha sonra, dünyadaki her ülkeyi 1979

yılından günümüze kadar 30 günlük bir zaman penceresinde izleyerek Tunus'un son 30 günü ile karşılaştırmıştır. Bu karşılaştırma bir Pearson korelasyonu kullanılarak yapılmıştır. Karşılaştırma şu şekilde yapılmaktadır: Afganistan'dan başlayarak 1 Ocak 1979 – 31 Ocak 1979 arasındaki huzursuzluğun zaman çizelgesi oluşturulmakta ve Tunus'un 26 Haziran 2013 - 25 Temmuz 2013 arasındaki 30 günlük dönem ile karşılaştırılmaktadır. Ardından Afganistan 2 Ocak 1979'dan 1 Şubat 1979'a kadar tekrar Tunus ile karşılaştırılmaktadır. Böylece, Afganistan'ın GDELT'in yakaladığı son 40 yıl boyunca açılan pencerede, Tunus tarihinin son 30 gününe en çok benzeyen dünya tarihindeki geçmiş dönemleri belirlenmektedir. Bu süreç tüm ülkeler için benzer şekilde tekrarlanmaktadır. Son olarak algoritma, geçmişte birbirini takip eden bir ay içinde en çok benzer olan tarihi dönemleri ve ortalamasını almakta ve bunu önümüzdeki bir ay boyunca Tunus'ta yaşanabilecekler için olası bir tahmin olarak sunmaktadır. Aşağıdaki kodtaki ülke, tarih ve periyot değiştirilerek farklı ülkeler için benzer analizler yapılabilir. Algoritmadaki periyot en az 30 en fazla 255 günlük seçilebilmektedir.

```
SELECT
  STRFTIME_UTC_USEC(a.ending_at, "%Y-%m-%d") ending_at1,
  STRFTIME_UTC_USEC(b.ending_at-30*86400000000, "%Y-%m-%d") starting_at2,
  STRFTIME_UTC_USEC(b.ending_at, "%Y-%m-%d") ending_at2,
  a.country, b.country, CORR(a.c, b.c) corr, COUNT(*) c
FROM (
  SELECT country, date+i*86400000000 ending_at, c, i
  FROM [gdelt-bq:sample_views.country_date_matconf_numarts] a
  CROSS JOIN (SELECT i FROM [fh-bigquery:public_dump.numbers_255] WHERE i < 30) b
) b
JOIN (
  SELECT country, date+i*86400000000 ending_at, c, i
  FROM [gdelt-bq:sample_views.country_date_matconf_numarts] a
  CROSS JOIN (SELECT i FROM [fh-bigquery:public_dump.numbers_255] WHERE i < 30) b
  WHERE country='Tunisia'
  AND date+i*86400000000 = PARSE_UTC_USEC('2013-07-25')
) a
ON a.i=b.i
WHERE a.ending_at != b.ending_at
GROUP EACH BY ending_at1, ending_at2, starting_at2, a.country, b.country
HAVING (c = 30 AND ABS(corr) > 0.254)
ORDER BY corr DESC
```

Kaynak: **Hoffa, 2018.**

Bu yaklaşım dünya tarihinin sınırlı ve ölçülebilir geçici kalıplar kümesi içerisinde kendini tekrar ettiğini varsaymaktadır. GDELT'in inanılmaz ölçeği ilk kez böyle bir hipotezi sınama imkanı sunmaktadır. Ancak, hesaplanması gereken çok fazla korelasyon (yaklaşık 2,5 milyon olduğundan bunu yapmak çok masraflıdır. BigQuery'yi kullanarak birkaç satır SQL kodu ile Tunuslu Halkçı Cephe Milletvekili Muhammed El-Brahimi'nin suikaste kuban gittiği ve sokak protestolarının başladığı, 25 Temmuz 2013'ten sonraki ikinci günde Tunus'a en çok benzeyen dönemleri bulmak için dünya tarihi taranmıştır. Bunun için BigQuery de 25 Temmuz 2013'ten önceki (2013-06-05 – 2013-07-25) 30 günde Tunus'taki çatışma olaylarının günlük haber

frekanslarına bakılmıştır. Burada 30 günlük bir yuvarlanan pencere ve Pearson korelasyonu kullanılarak, dünyadaki her ülkenin son 40 yılındaki 30 günlük periyotlar Tunus'un son 30 günü (2013-06-05 – 2013-07-25) ile karşılaştırılmış ve en yüksek korelasyonlu çıkan 4 periyot (dönem) Tablo 1'deki gibi bulunmuştur.

Tablo 1: Tunus'un 2013-07-25 Öncesi 30 Günlük Dönemi İle En Yüksek Korelasyonlu İlk Dört Ülke

| Sıra | İlişkili Ülke | İlişkili Dönem Başlangıç | İlişkili Dönem Bitiş | Gün sayısı | Korelasyon Katsayısı |
|------|---------------|--------------------------|----------------------|------------|----------------------|
| 1 | İsveç | 2017-03-08 | 2017-04-07 | 30 | 0.993** |
| 2 | Guyana | 2017-02-05 | 2017-03-07 | 30 | 0.992** |
| 3 | Angola | 2015-05-10 | 2015-06-09 | 30 | 0.992** |
| 4 | Sri Lanka | 2019-03-22 | 2019-04-21 | 30 | 0.991** |

** Korelasyon katsayısı 0.01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı.

Analiz sonucunda son 40 yılda, Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten önceki 30 gününe (2013-06-05 – 2013-07-25) en çok benzeyen, dünya tarihinin dört döneminin bir listesi Tablo 1'deki gibi bulunmuştur. Analiz sonucunda anlamlı ve pozitif korelasyonlu olan toplam 59.526 dönem bulunmuş ve en yüksek korelasyonlu ilk 4 dönem Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1'deki sonuçlardan BigQuery'nin hesapladığı korelasyon katsayılarının çok yüksek çıkması oldukça dikkat çekicidir. Korelasyon katsayıları dikkate alındığında Tunus'un 2013-07-25 tarihinden önceki 30 günde; İsveç (2017-03-08 – 2017-04-07), Guyana (2017-02-05 – 2017-03-07), Angola (2015-05-10 – 2015-06-09) ve Sri Lanka (2019-03-22 – 2019-04-21) ile çok benzer olayların yaşandığı görülmektedir. Tablo 1'deki korelasyon katsayılarına göre; farklı zaman ve mekanlarda ülkelerin çok benzer süreçleri yaşadıkları görülmektedir.

Tablo 1'deki ülkelerin 30 günlük zaman dilimlerinde hesaplanan korelasyon katsayılarının nedenini daha iyi anlamak için söz konusu ülkelerin bu dönemde yaşadığı olaylara bakmak gerekmektedir. Tablo 1'deki ülkelerin söz konusu dönemlerde yaşadıkları olaylar Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: İlişkili Dönemlerde Ülkelerin Yaşadığı Olaylar

| Ülke | 30 Günlük Dönem | Olay |
|-----------|---------------------------|---|
| İsveç | 2017-03-08 ile 2017-04-07 | İsveç'in başkenti Stockholm'ün merkezinde kamyonla düzenlenen saldırıda 4 kişi öldü, 15 kişi de yaralandı. İsveç Başbakanı Stefan Lofven, saldırının "terör eylemi" olduğunu söyledi. |
| Guyana | 2017-02-05 ile 2017-03-07 | Guyana da başlayan grevler nedeniyle hayat hayat felç oldu. Guyana da eczane ve acil servisleri dışında tüm ticari ve kurumsal hayat durdu. Ayrıca kara, hava ve deniz yolları da grevciler tarafından kapatıldı. Grev yapan gruplar, kar maskeleriyle tüm dükkan ve mağazaları gezerek kapatma çağrısında bulundu. |
| Angola | 2015-05-10 ile 2015-06-09 | Angola'nın başkenti Luanda'da gözaltına alınan 15 eylemcinin serbest bırakılmasını talep etmek için onlarca protestocu sokaklara döküldü. Luanda'da yapılan gösteriye şiddetle tepki gösterildi. Protestocular, Bağımsızlık Meydanı'na girdiklerinde polisler tarafından bastırıldı. |
| Sri Lanka | 2019-03-22 ile 2019-04-21 | Sri Lanka'nın başkenti Colombo, Negombo ve Batticaloa kentlerindeki otel ve kiliselere bombalı saldırı düzenlendi. Saldırılarda 207 kişi hayatını kaybetti, 500'den fazla kişi yaralandı. Ülkede sokağa çıkma yasağı ilan edildi. |

Tablo 2'deki dört ülkenin 30 günlük dönemlerinde yaşadıkları olaylar verilmiştir. Tablo 1'deki yüksek korelasyon katsayılarının çıkmasının asıl sebebi Tablo 2'de ülkelerin yaşadığı olaylardır. Tablo 2 dikkate alındığında İsveç ve Sri Lanka'nın Tunus ile yüksek korelasyonlu çıkması bu ülkelerde yaşanan terör

saldırılarından kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan Guyana ve Angola'nın Tunus ile yüksek korelasyonlu çıkmasında protestoların etkili olduğu görülmektedir.

Peki, ülkelerin bu 30 günlük zaman dilimlerinde yaşadıkları bu benzerlikler rassal mı? Yoksa devam eden 30 günlük zaman diliminde bu güçlü ilişki devam ediyor mu? Bu sorulara cevap bulmak için Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten sonraki 30 gününe (2013-07-25 - 2013-08-24) ve diğer ülkelerin ilişkili dönemin bitişinden sonraki 30 günleri arasındaki korelasyona bakmak gerekmektedir. Bunun için aşağıdaki kodla BigQuery de İsveç, Guyana, Angola ve Sri Lanka için ayrı ayrı analizler yapılarak bu ülkelerin Tunus ile 2013-07-25'den sonraki 30 günlük korelasyonlarına bakılmıştır.

```
SELECT country, date, c AS count
FROM [gdelt-bq:sample_views.country_date_matconf_numarts] a
CROSS JOIN (SELECT i FROM [fh-bigquery:public_dump.numbers_255] WHERE i < 30) b
WHERE country='Sweden'
AND date+i*8640000000 = PARSE_UTC_USEC('2017-05-07')
''''
```

Kaynak: Hoffa, 2018.

Yukarıdaki kodla yapılan analizler sonucunda Tablo 1'deki dört ülkenin ilişkili dönemlerden sonraki 30 gün (Tunus ile 2013-07-25 tarihinden sonraki 30 gün için) için hesaplanan korelasyon katsayıları Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3: Tunus'un 2013-07-25 Sonrası 30 Günlük Dönemi İle Dört Ülkenin Korelasyonu

| Sıra | İlişkili Ülke | İlişkili Dönem Başlangıç | İlişkili Dönem Bitiş | Gün sayısı | Korelasyon Katsayısı |
|------|---------------|--------------------------|----------------------|------------|----------------------|
| 1 | İsveç | 2017-04-08 | 2017-05-07 | 30 | 0.687** |
| 2 | Guyana | 2017-03-08 | 2017-04-06 | 30 | 0.450* |
| 3 | Angola | 2015-06-10 | 2015-07-09 | 30 | 0.512** |
| 4 | Sri Lanka | 2019-04-22 | 2019-05-21 | 30 | 0.671** |

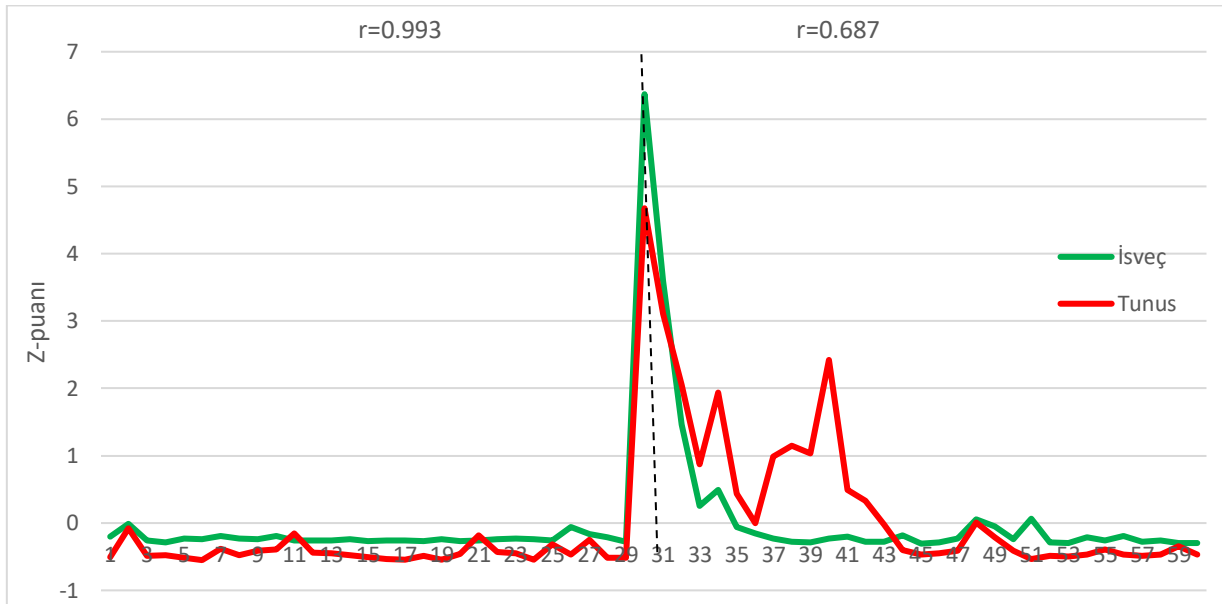
** Korelasyon katsayısı 0.01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı.

* Korelasyon katsayısı 0.05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı.

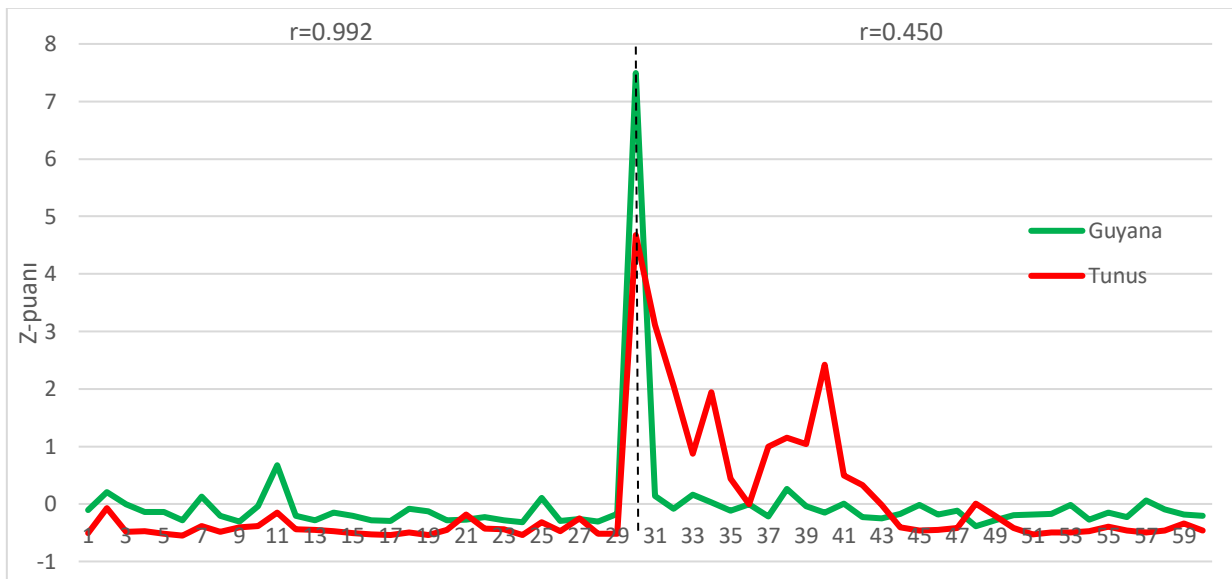
Tunus'un 2013-07-25 sonrasındaki 30 günlük dönemi için hesaplanan korelasyon katsayılarında az da olsa bir düşüş yaşanmıştır. Buna rağmen, İsveç ve Sri Lanka ile yüksek düzeyde korelasyon ilişkisinin hala devam etmesi oldukça dikkat çekicidir. Diğer taraftan Guyana ve Angola ile orta düzeyde bir korelasyon ilişkisinin devam ettiği görülmektedir. Tüm bunlar dikkate alındığında, belirli bir zaman diliminde benzer olayları yaşayan ülkelerin takip eden süreçte de benzer süreçleri yaşama ihtimallerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar istatistiksel açıdan oldukça dikkat çekicidir.

Korelasyon katsayısının ilişkiyi yeterince temsil edip etmediğini anlamak için verilerin grafiğine bakmak gerekir. Elde edilen bulguları desteklemek için, ele alınan dört ülke ile Tunus'un (2013-07-25 - 2013-08-24) 60 günlük grafikleri çizilmiştir. Çizgi grafiklerinde birbirini takip eden 30 günlük periyotları ayırmak için kesikli siyah çizgi kullanılmıştır. Çizginin solunda, korelasyon için Bigquery'nin kullandığı 30 günlük periyot bulunurken sağda, bu süreyi izleyen 30 gün içinde, İsveç, Guyana, Angola ve Sri Lanka için, Tunus'ta yaşananlarla karşılaştırılmıştır. Her bir ülke için karşılaştırmaları kolaylaştırmak için ham veri sayıları (frekansları) "Z-puanları" (ortalamadan standart sapmaları) alınarak işlemler yapılmıştır.

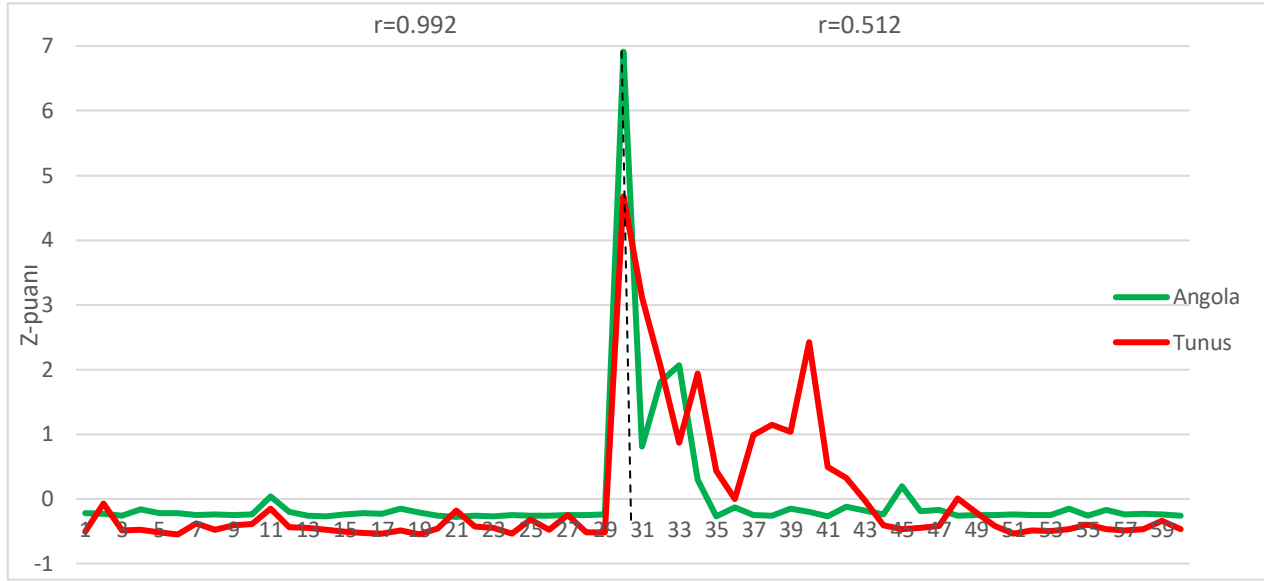
Şekil 1: İsveç 2017-03-08 – 2017-04-07 (siyah çizginin solu) ve 2017-04-08 – 2017-05-07 (siyah çizginin sağı), Tunus (2013-06-26 - 2013-07-25 ve 2013-07-26 – 2013-08-24) ile karşılaştırılması



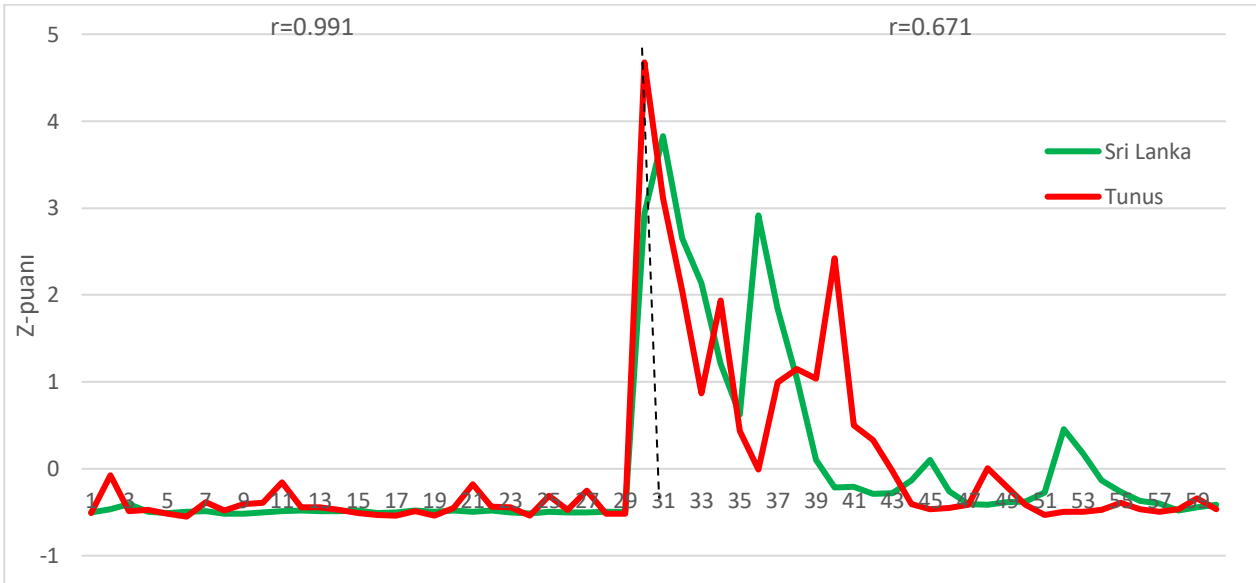
Şekil 2: Guyana 2017-02-05 – 2017-03-07 (siyah çizginin solu) ve 2017-03-08 – 2017-04-06 (siyah çizginin sağı), Tunus (2013-06-26 - 2013-07-25 ve 2013-07-26 – 2013-08-24) ile karşılaştırılması



Şekil 3: Angola 2015-05-10-2015-06-09 (siyah çizginin solu) ve 2015-06-10 – 2015-07-09 (siyah çizginin sağı), Tunus (2013-06-26 – 2013-07-25 ve 2013-07-26 – 2013-08-24) ile karşılaştırılması



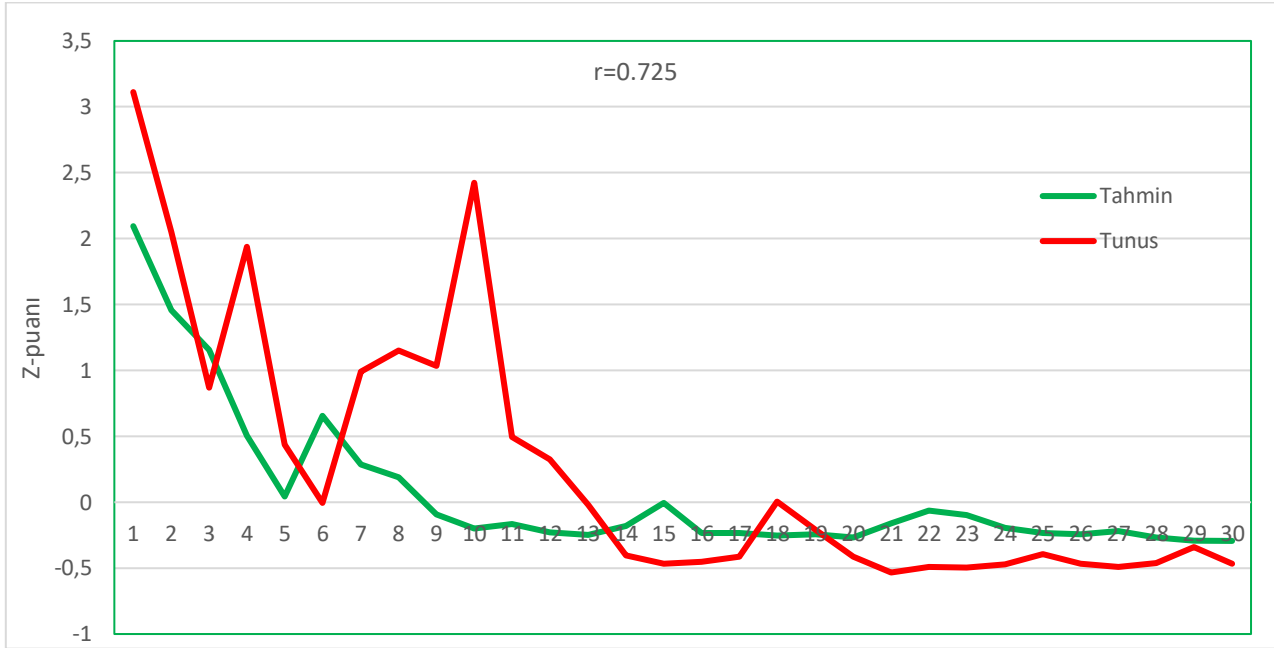
Şekil 4: Sri Lanka 2019-03-22 – 2019-04-21 (siyah çizginin solu) ve 2019-04-22 – 2019-05-21 (siyah çizginin sağı), Tunus (2013-06-26 - 2013-07-25 ve 2013-07-26 – 2013-08-24) ile karşılaştırılması



Yukarıdaki grafiklerde siyah kesikli çizgiler, Tunus'un 2013-07-25 tarihidir. Tunus'taki Halkçı Cephe Milletvekili Muhammed El-Brahimi'nin öldürülmesi ve Mısır'daki darbenin etkisiyle ortaya çıkan yeni bölgesel denklemde Nahda Hareketi başkanlıktan çekilmiş ve ülkeyi seçimlere taşıyacak yeni bir teknokrat hükümetine iktidarı devrettiği 25 Temmuz 2013'te çatışmalar zirveye ulaşmıştır. Yukarıdaki grafikler korelasyon bulgularını desteklemekte ve ülkeler arasında incelenen bu dönemde güçlü ilişkilerin olduğu görülmektedir. Burada Tunus'un ikinci 30 günlük periyotta (2013-07-26 – 2013-08-24) korelasyon katsayısında azalma yaşanmasına rağmen ülkeler arasında hala güçlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Son olarak, bu dört ülkenin ikinci 30 günlük ortalamaları alınırsa bu önümüzdeki bir ay boyunca Tunus'ta (2013-07-25 – 2013-08-24) yaşanabilecekler için olası bir tahmini verecektir. Elde edilen tahmin sonuçlarının Tunus ile karşılaştırılması aşağıdaki Şekil 5'te verilmiştir.

Şekil 5: İlişkili zaman dilimlerinden sonraki 30 gün içinde Tunus (kırmızı) ile dört ülkenin ortalama 30 günü (yeşil) arasındaki karşılaştırma



Şekil 5'te Tunus'ta gerçekte yaşananlarla (kırmızı), tahmin edilenler (yeşil) karşılaştırılmıştır. Şekildeki sonuçlar benzer olup, $r=0.725$ gibi yüksek bir korelasyon katsayısı bulunmuştur. Bu nedenle, tarihi 30 günlük pencerelerin her birinin ardında olanlar ile Tunus'ta olanlar arasında güçlü bir benzerlik ilişkisi bulunmuştur.

Elde edilen tüm bu bulgular; büyük veri çağına gelişen algoritmalar sayesinde ülkelerde yaşanan önemli çatışma olaylarından sonraki süreçte ülkelerde neler yaşanabileceği konusunda önemli tahminlerde bulunmanın mümkün olduğunu göstermektedir. Kısacası; bugün artık gelişen teknoloji ve algoritmalar sayesinde geçmiş tarihi kullanarak geleceği tahmin etmek mümkündür.

SONUÇ

Bu çalışmanın şaşırtıcı yanı herhangi bir uzmanlık gerektirmeden tek bir SQL satırı ile büyük karmaşık veri kümelerinin basitçe analiz edilmesidir. BigQuery sayesinde tüm karmaşık paralellik ve veri yönetimi basit bir şekilde ele alınmaktadır. Küresel toplumun altında yatan modelleri ortaya çıkarmak için dakikalar içerisinde milyonlarca korelasyon tek bir SQL satırı ile analiz edilmiştir. BigQuery'nin benzeri görülmemiş hız ve sadeliği, evrenin en karmaşık ve temel sorularını bile gerçek zamanlı olarak keşfetmeyi mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte, haber medyası, çevremizdeki küresel olayları ve dikkat çekici güçlü korelasyonları nasıl anladığımızı temel olarak şekillendirmektedir. Tunus'un karmaşık iç savaş döneminde bile, dünya haberlerinin objektifi ile görüldüğü gibi, küresel toplumun tarihsel döngülerine büyüleyici bir bakış açısı sunmaktadır.

Bu çalışmada, geçmişe bakmanın bugünün geleceği hakkında öngörülerde bulunup bulunamayacağına ilişkin hipotezi test edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada öncelikle, Tunus'un 25 Temmuz 2013 tarihi referans alınarak bu tarihten sonraki 30 günlük süreçte yaşanabilecek çatışmalar tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede, BigQuery'nin korelasyon özelliği kullanılarak Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten önceki 30 günü ile pozitif korelasyonlu toplam 59.526 dönem bulunmuştur. Elde edilen bu dönemlerden en yüksek korelasyonlu ilk dört dönem ve ülke Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'deki dönemlerle Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten önceki 30 günü arasındaki korelasyon katsayısı 1'e çok yakın ($r=0.99$) çıkmıştır. Tablo 1'deki dört ülkenin sonraki 30 günü ile Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten sonraki 30 günü karşılaştırıldığında yüksek korelasyon katsayıları bulunmuş ve sonuçlar Tablo 3'te verilmiştir. Son olarak, Tablo 3'teki dört ülkenin ikinci 30 günlük ortalamaları alınarak Tunus'un 25 Temmuz 2013'ten sonraki 30 gününde yaşanabilecekler için olası bir tahmin yapılmıştır. Elde edilen tahmin sonuçları, Tunus'ta yaşananlar ile güçlü bir ($r=0.725$) benzerlik ilişkisi göstermektedir. Elde edilen bu sonuç, geçmişe bakmanın bugünün geleceği hakkında öngörüler de bulunulabileceğini göstermektedir.

Bu çalışma, gerek hükümetlerin, gerekse devletlerin gelecekle ilgili politik kararlar almada ve güvenlik stratejileri geliştirmede yol gösterici niteliği taşımaktadır. Özellikle ülkelerin gelecekle ilgili öngörülere sahip olmaları büyük önem arz etmektedir. Tabii ki, bu kadar basit bir yaklaşım üzerine gerçek bir politik risk tahmin sistemi inşa etmek mümkün olmasa da, en azından haber medyası aracılığıyla gördüğümüz görüşün dünya tarihinin döngüsel ve öngörülebilir olduğunu ve keşfedilecek daha çok şey olduğu söylenebilir. Bu tarihi kalıplar, tüm insan yaşamını düzenleyen gerçek psiko-tarihsel denklemleri yakalamakta ve gazeteciliğin küresel olaylar hakkındaki anlayışımızı nasıl şekillendirdiğinin matematiksel bir tanımı olabilmektedir. Bu olaylar, gizli desenleri ortaya çıkarmak için Google BigQuery gibi yeni nesil “büyük veri” araçlarının emsalsiz gücünü göstermektedir. Elde edilen model her ülke ve süre boyunca geçerli olacak mı ve daha iyi veya daha kötü çalışan belirli bir yuvarlanma penceresi boyutu var mı? Farklı bir zaman aralığı veya farklı bir olay türü grubuna geçmek doğruluğu artırır veya azaltır mı? Huzursuzluklardan hemen önce veya huzursuzluğun sadece ilk birkaç gününde daha iyi çalışıyor mu? Gibi soruların yanıtını bulmak için BigQuery de daha değişik çalışmalar yapmak gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Alikhani, E., (2014), "Computational Social Analysis: Social Unrest Prediction Using Textual Analysis of News", State University of New York at Binghamton.
- Cadena, J., Korkmaz, G., Kuhlman, C. J., Marathe, A., Ramakrishnan, N., & Vullikanti, A., (2015), "Forecasting social unrest using activity cascades". *PloS one*, 10(6), e0128879.
- Cellan-Jones, R., (2014), "Can computers replace historians?", <https://www.bbc.com/news/technology-28895098>, Erişim Tarihi: 10.07.2019.
- Fallahi, F., (2017), "Machine Learning on Big Data for Stock Market Prediction", Master of Science Thesis, *Southern Illinois University Carbondale*.
- GDEL T, (2019), "The GDEL T Project", <https://www.gdel tproject.org/data.html#googlebigquery>, Erişim Tarihi: 18.01.2019.
- Google Cloud Platform Blog, (2014), "World's largest event dataset now publicly available in BigQuery", <https://cloudplatform.googleblog.com/2014/05/worlds-largest-event-dataset-now-publicly-available-in-google-bigquery.html>, Erişim Tarihi 15.03.2018.
- Gürsakal, N., (2013), "Çıkarımsal istatistik: MINITAB-SPSS uygulamalı", Dora Yayıncılık.
- Hoffa, F., (2017), "What is BigQuery", <https://www.quora.com/What-is-BigQuery>, Erişim Tarihi 12.12.2018.
- Hoffa, F., (2018), "GDEL T correlations.jpynb", <https://nbviewer.jupyter.org/github/fhoffa/notebooks/blob/master/GDEL T%20correlations.ipynb>, Erişim Tarihi: 10.10.2018.
- Kallus, N., (2014), "Predicting crowd behavior with big public data", In *Proceedings of the 23rd International Conference on World Wide Web* (pp. 625-630). ACM.
- Keneshloo, Y., Cadena, J., Korkmaz, G., & Ramakrishnan, N., (2014), "Detecting and forecasting domestic political crises: A graph-based approach", In *Proceedings of the 2014 ACM conference on Web science* (pp. 192-196). ACM.
- Korkmaz, G., Cadena, J., Kuhlman, C. J., Marathe, A., Vullikanti, A., & Ramakrishnan, N., (2015), "Combining heterogeneous data sources for civil unrest forecasting", In *Proceedings of the 2015 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining 2015* (pp. 258-265). ACM.
- Köseoğlu, M., & Yamak, R., (2001), "Uygulamalı İstatistik ve Ekonometri", Trabzon: Celepler. ss.275.
- Leetaru, K., (2014), "Towards Psychohistory: Uncovering the Patterns of World History with Google BigQuery" , <https://blog.gdel tproject.org/towards-psychohistory-uncovering-the-patterns-of-world-history-with-google-bigquery/>, Erişim Tarihi: 10.02.2019.
- Leetaru, K., Hoffa, F., (2015), "Analyzing the world's news: Exploring the GDEL T Project through Google BigQuery", https://www.oreilly.com/ideas/analyzing-tworlds_news_exploring_the_gdel t_project_through_google_bigquery, Erişim Tarihi: 16.11.2018.
- Muthiah, S., Huang, B., Arredondo, J., Mares, D., Getoor, L., Katz, G., & Ramakrishnan, N., (2015), "Planned protest modeling in news and social media", In *Twenty-Seventh IAAI Conference*.
- Qiao, F., & Wang, H., (2015), "Computational approach to detecting and predicting occupy protest events", In *2015 International Conference on Identification, Information, and Knowledge in the Internet of Things (IIKI)* (pp. 94-97). IEEE.
- Qiao, F., & Chen, K., (2016), "Predicting protest events with Hidden Markov models", In *2016 International Conference on Cyber-Enabled Distributed Computing and Knowledge Discovery (CyberC)* (pp. 109-114). IEEE.
- Van der Aalst, W. M., Schonenberg, M. H., & Song, M., (2011), "Time prediction based on process mining", *Information systems*, 36(2), 450-475.
- Yonamine, J. E., (2013), "Predicting future levels of violence in afghanistan districts using gdel t", Unpublished manuscript.

Otel Çalışanların İş Motivasyonu ve Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşması: Denizli Şehir Otellerinde Bir Araştırma

Work Motivation of Hotel Employees and Differentiation According to Various Demographic Variables: A Research in Denizli City Hotels

Ahmet Çetin*
Mehmet BOYRAZ**
Songül ÖZER***

ÖZ

Bu çalışma turizm sektörü içerisinde önemli bir yere sahip otel işletmeleri çalışanlarının iş motivasyonlarının belirlenmesi ve otel departmanlarına göre çalışanların iş motivasyonlarındaki farklılıkların ortaya konması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma Denizli ilindeki dört ve beş yıldızlı şehir otellerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada otel işletmelerinin temel hizmet alanlarını oluşturan kat hizmetleri, servis, ön büro ve mutfak çalışanlarından yüz yüze anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, çok boyutlu iş motivasyonu ölçeğinin alt boyutlarında kişisel düzenleme ve içsel motivasyon alt boyutlarında otel çalışanları arasında cinsiyete göre farklılık olduğu, diğer boyutlarda anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Departmanlara göre ise, ön büro ile mutfak ve kat hizmetleri departmanları arasında motive olmama alt boyutunda ve servis ile mutfak arasında içe yansıtılan düzenleme alt boyutunda farklılık olduğu belirlenmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Çok boyutlu İş Motivasyonu, Şehir Otelleri, Denizli

ABSTRACT

This study was carried out in order to determine the motivation of the employees in the hotel enterprises which have an important place in the tourism sector and according to the departments of the hotel, to find out the differences in the work motivations of employees. The study was conducted in four and five-star city hotels in Denizli. In the study, data were gathered by face to face survey method, from the House Keeping, Service, Front Office and Kitchen which constitute the basic service areas of hotel enterprises. As a result of the data obtained from the study, it has been determined that there is a significant difference according to gender among employees in "identified regulation sub-dimension" of the scale and in the other subscales there is no significant differences. According to the departments, it is determined that there is a difference in the "amotivation sub-dimension" between the front office with the kitchen and housekeeping, and determined that there is a difference in "introjected regulation sub-dimension" between service and kitchen

KEYWORDS

Multi-Dimensional Work Motivation, City Hotels, Denizli

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 10.07.2019 | 29.09.2019 |
| Atıf | Çetin, A., Boyraz, M. ve Özer, S. (2019). Otel Çalışanların İş Motivasyonu ve Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşması: Denizli Şehir Otellerinde Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 601-614. |

* Öğr. Gör. Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler MYO, Seyahat Turizm ve Eğlence Hizmetleri, cetina@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0753-8175

** Arş. Gör. Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, mboyraz@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6755-1999

*** Dr. Öğr. Üyesi Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu, Rekreasyon ve Animasyon Bölümü songuldüz@yyu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5495-4729

GİRİŞ

Emek faktörünün üretimin temelini oluşturduğu turizm işletmelerinde işgörenlerin performansının işletmenin verimliliği açısından önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Turizm işletmelerinin müşterilerine iyi hizmet sunabilmeleri, çalışan performansı ile yakından ilgilidir (Akova vd, 2015: 88). Sanayi devriminden sonra pek çok sektörde gerçekleşen makineleşme ve otomasyon (Eren, 2010: 497), turizm işletmelerinde belirli düzeyde etkili olmuş ancak emek faktörünün önemini ve işletme verimliliğine etkisini azaltmamıştır. İnsan kaynağı turizm işletmeleri için daima en önemli unsur olmaya devam etmiştir. Eğitilmesi ve temini uzun zaman alan nitelikli insan gücünün turizm işletmelerinde tutulması ve verimini artırıcı uygulamaların gerçekleştirilmesi turizm işletmeleri açısından her zaman önemli olmuştur (Kaya, 2007: 369). Turizm işletmeleri içinde önemli bir yer tutan otel işletmelerinde kaliteli hizmet sağlanması için insan kaynaklarından daha etkin faydalanmaları gerekmektedir (Tütüncü ve Demir, 2002: 11). İşletme içerisinde çalışanların verimini ve işletmeye bağlılıklarını artırmak için ele alınan konuların başında iş motivasyonu gelmektedir. İnsan kaynağından etkili yararlanmak için çalışanların morallerinin ve motivasyonlarının yüksek olması müşterilerle iyi ve olumlu ilişkilerin oluşturulmasını ve müşterinin kalite algısının yükselmesini sağlayacaktır (Akova, Kuşluvan ve Çifçi, 2015: 226).

Motivasyon, çalışanları harekete geçiren, onların davranışlarına yön veren bir güç, ihtiyaç ve çekincelerdir. Otel işletmeleri farklı birimlerde birçok insanın bir arada çalıştığı ve farklı departmanların eşgüdüm içerisinde işleri yerine getirdikleri işletmeler olarak, çalışanların çabalarını bir yönde ve belirli bir amaç çerçevesinde toplamak zorundadırlar (Güler, Demiralay ve Selvi, 2017: 31). Bu nedenle otel işletmelerinde her bir çalışanın müşteri memnuniyetine ve işletme performansına doğrudan ya da dolaylı etkisi olduğu söylenebilir. Dolayısıyla otel yöneticilerinin kendi sorumluluk alanlarındaki çalışanlardan en üst düzeyde fayda sağlamaları için onları en iyi şekilde motive etmeleri gerekir (Garip, 2005, 105). Otel işletmelerinde çalışan bireylerin farklı demografik yapıları ve çalıştıkları departmanın özelliklerine göre motivasyon durumları ve kaynakları farklı olabilmektedir. Yöneticilerin işletme amaçlarına ulaşabilmek için üretim ve hizmetin kalitesi ve miktarında doğrudan etkisi bulunan çalışanların verimlilik ve üretkenliğini artırmak için çalışanların motivasyon düzeylerini ve kaynaklarını bilmeleri önem arz etmektedir (Çivilidağ ve Şekercioğlu, 2017: 144).

Bu çerçevede araştırmanın amacını otel işletmelerinde çalışanların çok boyutu iş motivasyonu ölçeğine göre iş motivasyonlarının belirlenmesi ve çeşitli demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin ortaya konması oluşturmaktadır. İşletmelerin çalışanların motivasyon kaynakları ve düzeylerini belirleyerek ve bu şekilde çalışanların motivasyonlarını artırmaya yönelik faaliyetlerle işletme verimliliğini artırmalarının mümkün olabileceği (Çetin, 2013), düşünüldüğünde bu çalışmanın ilgili taraflara fayda sağlaması umulmaktadır. Ayrıca çalışma, ölçeğin Türk kültürüne uyarlanması çalışmasının dışında, ölçeği turizm çalışanlarına uygulayan öncü çalışmalardan biridir.

1.MOTİVASYON

1.1.Motivasyon Kavramı

Motivasyon bireyleri harekete geçiren içsel bir süreci ifade etmek için kullanılan kavramdır. Robbins (1996: 212) motivasyonu, çalışanın bireysel bir ihtiyacının karşılanmasıyla ilgili olarak, örgütsel amaçlara ulaşmak için çaba harcamaya istekli olması olarak tanımlamaktadır. İş ve örgütsel psikolojideki motivasyon, bireyin varlığının ve ilerleyişinin, yoğunluğunu ve eylem süresini etkileyen ancak bireyin ötesinde ortaya çıkan yoğun güç ile ilgilidir (Pinder, 1998: 11). Koçel (2005: 633) ise motivasyonu, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranışları ve çaba göstermeleri olarak açıklamaktadır. Genel olarak modern bakış açısı motivasyonu, bireylerin hedefleri etrafında bir araya getirilmiş zamana bağlı, çift taraflı ve tekrar eden duygusal, davranışsal ve bilişsel süreçler ve eylemler olarak tanımlamaktadır (Kanfer ve Chen, 2016: 7).

Motivasyon, fizyolojik ya da psikolojik bir eksikliği gidermek için gerçekleştirilen ya da bir amaca yönelik davranışı ya da dürtüyü harekete geçiren ihtiyaç ile başlayan bir süreçtir. Dolayısıyla, motivasyon sürecini anlamının anahtarı, ihtiyaçlar, dürtüler ve güdüler ile teşvikler arasındaki anlam ve ilişkilerde yatmaktadır. İhtiyaçlar, dürtüler/güdüler ve teşvikler özetle şu şekilde tanımlanabilir (Luthans, 2010: 157):

İhtiyaçlar; fizyolojik veya psikolojik bir dengesizlik durumunda ortaya çıkan durumdur. Örneğin vücudun sıvı eksikliğinde vücuttaki hücrelerin suya ihtiyaç duyması fizyolojik, arkadaşsız kalındığında arkadaşlara ihtiyaç duyulması ise psikolojik ihtiyaçtır. Her ne kadar psikolojik ihtiyaçlar bir eksikliğe bağlı olsa da, bazen farklılık gösterebilir. Çok başarılı bir geçmişe sahip olan bir kimsenin daha çok başarıyı istemesi bir eksiklikten ziyade fazlasını arzulaması ile ilgilidir.

Dürtüler ve güdüler; ihtiyaçları tatmin etme zorunluluğu sonucu harekete geçmeyi sağlayan unsurlardır. Doğuştan insanlarda var olabilen güdüler olduğu gibi sonradan kazanılan güdülerde vardır. Ayrıca insanlarda içten gelebilen ve dışarıdan etkilerle gelişebilen güdüler olabilir. Fizyolojik ve psikolojik dürtüler eyleme yöneliktir ve bir teşvike ulaşmaya yönelik enerji verici bir itici güç sağlar. Motivasyon sürecinin tam kalbinde yer alırlar.

Teşvikler; motivasyon döngüsünün sonunda, bir ihtiyacı hafifletecek ve bir dürtüyü azaltacak unsur olarak tanımlanan teşvik yer almaktadır. Bir teşvike sahip olmak, fizyolojik ve psikolojik dengeyi sağlama ve bunlarla ilgili dürtüleri azaltma eğiliminde olacaktır.

1.2. İş Motivasyonu

Motivasyonun kaynağı olan güdüler literatürde birincil güdüler ile ikincil güdüler, içsel güdüler ile dışsal güdüler ve farkında olunan ile olunmayan güdüler olarak ele alınmaktadır (Seker, 2015: 22-23). Birincil güdüler doğuştan gelen fiziksel, biyolojik doğal güdülerdir. Bir güdünün birincil olabilmesi için iki temel şart gereklidir. Bunlardan birisi fizyolojik temelli olması ve öğrenilmemiş olmasıdır. Birincil güdüler yaşam için gerekli güdüler olarak adlandırılabilir. İkincil güdüler ise, her ne kadar hayati olmasa da günümüz dünyasında en az birincil güdüler kadar önemlidir. Çünkü insanlık sosyal ve ekonomik olarak gelişmiş ve çok daha kompleks bir hal almıştır (Luthans, 2010: 158). İş yaşamı içinde yer alan bireyin ihtiyaçları çok çeşitli olmakla birlikte söz konusu ihtiyaçların ortaya çıkardığı güdüler de kendine özgü olabilmektedir. İçsel ve dışsal olarak güdüler ise insanın iç dünyasından ya da çevresinden kaynaklı olmasına göre ayrılmaktadır. Herzberg'in ortaya attığı çift faktör teorisi, içsel ve dışsal güdüleme araçlarını birlikte ele almaktadır. Buna göre içsel güdüleme araçları işin içeriğine ilişkin unsurları içermekte ve çalışanı motive etmektedir. Dışsal araçlar ise iş tatminsizliğini gidermekle alakalıdır (Dündar vd, 2007: 109). Dışsal güdüler somut ve başkaları tarafından görülebilir unsurlardan oluşur. Bir işyerindeki ücretler, promosyonlar veya ödül beklentisi ile oluşan güdüler ya da herhangi bir ceza korkusu ile oluşan güdüler, dışsal güdülerdir (Seker, 2015). İçsel motivasyon kaynakları ise kişinin herhangi bir dış etkiden bağımsız olarak sahip olduğu güdülerdir. Ödül ya da başka bir dışsal motivasyon kaynağının etkisi olmadan yapmaktan zevk aldığı, merak ettiği konulardan oluştuğu ve kişinin kendi yeteneklerini ortaya koyduğu durum olarak ifade edilmektedir (Brief ve Aldag, 1976: 497).

Genel olarak güdüler, iş motivasyonu teorileri için bir temel ve arka plan görevi görmektedir. İş motivasyonuna ilişkin teoriler; gereksinim kuramları ve süreç kuramları olmak üzere iki şekilde ele alınmaktadır. Gereksinim kuramları kişilerin ihtiyaçları olan yani içten gelen faktörlere ağırlık veren kuramlardır (Özer ve Topaloğlu, 2008). Çalışanları belirli bir yönde çalışmaya yönelten sebeplerin anlaşılması ile bu faktörlere hitap edilerek kurum amaçları doğrultusunda daha iyi yönlendirilebileceği varsayımına dayanır (Koçel, 1989: 304). Bu teorilerin asıl amacı kişilerin içinde bulunan ve onların davranışına yön veren güdülerle ilgili faktörleri belirlemektir ve esas olarak bireysel ihtiyaçlar üzerinde durur (Steers vd., 2004: 381). Literatürde gereksinim teorilerinin en önemlileri, Maslow'a ait olan ihtiyaçlar hiyerarşisi, Mc Gregor'un X ve Y kuramı ve Herzberg'in çift faktör kuramı olarak yer almaktadır. Bu kuramlar diğer kuramlara temel oluşturmuştur ve daha sonra çıkan kuramlar bu kuramların eksikliklerinin giderilmesine yönelik geliştirilmiştir (Robins, 1998: 169).

1.3. Motivasyon Teorileri

Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi: Dünyada en çok bilinen motivasyon teorilerinin başında gelmektedir. Maslow, insanların temel ihtiyaçlarını tatmin etmek için ihtiyaç duydukları beş farklı ihtiyaç seviyesinin olduğunu öne sürmektedir (Mullins, 2010: 261). Bunlar, yiyecek, su, barınak gibi fiziksel ihtiyaçlar, insanların kendileri ve aileleri için güvenlik ihtiyaçları, sevmek ve sevilmek, arkadaşlık oluşturmak ve bir yere/gruba ait hissetme ihtiyaçlarını ifade eden sevgi ve ait olma ihtiyacı, kendine karşı saygı duyma ve başkalarının kendisine karşı saygı duyulması beklentisini ifade eden saygınlık ihtiyacı ve diğer ihtiyaçlar karşılandığında en üst düzeyde ortaya çıktığı varsayılan kişinin yaratıcı potansiyelini ortaya çıkarttığı işler yaptığı kendini gerçekleştirme ihtiyacı seviyeleridir. Bu teorinin temelini alttaki ihtiyaçlar karşılandıkça üstteki ihtiyaçlar daha güçlü hissedilir hipotezi oluşturmaktadır (Latham, 2007: 31).

Douglas McGregor'un X ve Y kuramı: Çalışanların X ve Y olarak iki grupta değerlendirildiği ve her bir grup için oluşturulan varsayımların birbirine karşıt oluşturulduğu kuramdır. Teori X'in altında yatan varsayım, yönetim tarafından aktif müdahale olmadan, çalışanların örgütsel ihtiyaçlara karşı duyarsız olduğu, pasif kaldığı ve hatta direnç gösterdikleridir. Teori Y'nin varsayımı ise bunun tersi bir şekilde sorumluluk alabilme kapasitesine sahip olma ve örgütsel amaçlar doğrultusunda davranışları yönlendirmeye hazır olma durumunun insanlarda mevcut olduğunu, insanların bu özelliklerini kendi başlarına tanımasını ve geliştirmesini mümkün kılmanın yönetimin sorumluluğu olduğunu belirtmektedir (McGregor, 1957). McGregor'a göre Yönetimin en

önemli görevi, örgütsel koşulları ve çalışma yöntemlerini insanların kendi hedefleriyle organizasyonel hedefleri birleştirebilecekleri ve kendi hedeflerine en iyi şekilde ulaşabilecekleri şekilde düzenlemektir (McGregor, 1960: 178).

Herzberg çift faktör kuramı: Herzberg'in çalışmalarının temeli Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisinde iş tatminine neden olan şeylerin tersi olan şeyler iş tatminsizliğine neden olur mu? sorusu ile başlamıştır (Özkalp ve Kırel, 2016: 285). Herzberg'in çalışması çalışanların doyumsuzluğuna neden olan bazı koşulların eksikliğinin ya da yokluğunun giderilmesine rağmen çalışanları motive etmeye yeterli olmadığını göstermiştir. İşletme içerisinde hijyen faktörler olarak adlandırılan faktörler motive edici değildir ancak bu faktörlerin yokluğu iş doyumunu engellemektedir. Motive edici faktörler ise, motivasyona direkt olarak pozitif katkı sağlayan etmenlerdir (Herzberg, 1974; Mullins, 2010).

Söz konusu kuramlardan yola çıkılarak ortaya atılmış diğer kuramlardan biri Alderfer'in ERG (VİG) kuramıdır. Bu kuram; Alderfer'in Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini temel alınarak özellikle örgütsel ortamdaki insan ihtiyaçlarına yönelik oluşturduğu kuramdır. Maslow'un kuramındaki basamakları var olma, ilişki ve gelişme olarak üç basamağa indirmiştir. Bu kurama göre, tatmin edilmemiş ihtiyaçlar güdüleyicidir (Yüksel, 2000: 140-141; Efil, 2006: 158-159). Bir diğer kuram ise, Murray, (1955) tarafından ortaya konan ve McClelland, (1961) tarafından geliştirilen başarı ihtiyacı ya da öğrenilmiş ihtiyaçlar teorisidir. Murray'ın ihtiyaç baskı modeliyle açıkladığı kuramına göre bireylerin ihtiyaçları ile çevrenin özellikleri arasındaki uyum önemlidir ve bu uyumun seviyesi bir yerlerde ihtiyaçlara ilişkin doyum ya da ihtiyaçlara ilişkin yoksunluğa neden olur (Burger, 2006) geliştirilen teoriye göre, bireyler içinde yaşadıkları çevreden tecrübe edinerek çeşitli ihtiyaçlar öğrenirler. Öğrenilen bu ihtiyaçlar, bireylerin durumları algılama biçimlerini değiştirir ve o ihtiyacı edinmeyen kişiye göre farklı hareket etmelerine sebebiyet verir. McClelland bu ihtiyaçları; başarı ihtiyacı, güç ihtiyacı ve ilişki kurma ihtiyacı olmak üzere üç temel grupta toplamıştır (Cherrington, 1994).

Süreç teorileri ise, motivasyon ile ilgili ihtiyaç, değer, beklenti ve algı gibi değişken türlerini ve motivasyonun ortaya çıkması için bir araya geliş şekillerini açıklamaya çalışır (Metle, 2001:314). Diğer bir ifade ile süreç teorileri, motivasyonun bilişsel yönü ve güdüleyiciler arasındaki ilişkileri ele almaktadır. Bu teoriler, genel anlamda herhangi bir davranışın nasıl başladığı, nasıl yönlendirildiği ve nasıl sürdürüldüğünü açıklamaktadır. Süreç teorilerinin en çok bilinenleri: Beklenti Teorisi, Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi, Eşitlik Teorisidir (Porte vd. 2003; Önen ve Kanayran, 2015: 52). Bu kuramları kısaca aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür:

Beklenti Teorisi: Vroom, bir kişinin beklentilerine, değerlerine, tercihlerine ve araçlarına dayanan bilişsel bir teori geliştirmiştir (Latham, 2007: 45). Bu teorinin valens, araçsallık ve beklenti olmak üzere üç temel kavramı vardır. Valence belirli bir çıktıyı isteme derecesidir. Vroom valensi değerlerden ayırmaktadır. Bir kişi bir şeyi arzulanabilir ancak elde ettiğinde az bir tatmin yaşayabilir ya da bir kişi bazı şeylerden kaçındığı halde bu durum gerçekleştiğinde bundan memnuniyet duyabilir. Valence bir sonuçtan tatmin beklentisinin olması durumudur. Bu haliyle, sonuçtan sağlanan gerçek tatmin olan değerden, farklı bir anlam kazanmaktadır. (Mullins, 2010: 270). Araçsallık, ikinci düzeyde bir sonuca ulaşmak için birinci düzey çıktının kullanımınıdır. Örneğin maaş artışı, bir statü göstergesi olması ve kişinin ailesini daha iyi geçindirebilmesini sağlamak açısından araçtan ibaret olabilir (Şimşek, 1995: 206-207). Beklenti, bireyin belli bir davranışının onu belli bir sonuca ulaştıracağı yolundaki inancının şiddetidir. Araçsallık birinci ve ikinci düzey sonuçlarla ilişkili olmasına rağmen beklenti yalnızca birinci düzey sonuçlarla ilgilidir (Luthans, 2010).

Örgütlerde motivasyonla ilgili araştırmaların hedefinde performans ile iş tatmini arasındaki ilişkinin durumu yer alır. Lawler/Porter başarı/tatmin beklentisi kuramı, Vroom'un kuramının bu yönde geliştirilmiş şeklidir. Vroom'un kuramındaki üç temel unsur bu kuram içinde de yer almakla beraber bireyin yeterli "bilgi ve yetenek" sahibi olması gerekliliği vurgulanmaktadır. Motivasyonun ne kadar güçlü olsa da yetenek ve bilgi olmadan başarılı olunması mümkün değildir (Yüksel, 2000: 143). Bu kuramda ki bir başka kavramda algılanan rol kavramıdır. Örgütün her üyesi başarılı olabilmek için örgütün kendisine yüklediği role dair doğru bir anlayışa sahip olmalıdır. Aksi takdirde örgüt içi çatışmalar ortaya çıkabilir.

Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi: Klasik pekiştirme ve işlevsel pekiştirme olarak ele alınmaktadır. Klasik pekiştirme herkesin bildiği Pavlov'un köpekler üzerinde yaptığı deneylerle ortaya koyduğu koşullu refleks davranışlarıyla ilgilidir. İşlevsel pekiştirme ise insan davranışlarının içgüdüsel refleksler ile değil çevre tarafından ödüllendiricilerin, güçlendiricilerin ve cezalandırıcıların etkisiyle motivasyonların oluştuğunu ifade eder. Davranışlar, karşılığında ortaya çıkan tepki ve sonuçların şartlanmayı sağladığı varsayımına dayanmaktadır. Bireyler gerçekleştirdikleri bir davranış karşısında ödüllendirildiğini ya da davranışın olumlu olduğunu görüyorsa davranışı yineleyerek pekiştirme yoluna gidecek aksi durumda ise davranışı yinelemeyecektir. (Stroh vd. 2008). Bu teoride olumlu pekiştirme, olumsuz pekiştirme, ortadan kaldırma ve

cezalandırma şeklinde dört ana yöntem ile bireyden sergilenmesi beklenen davranış pekiştirilmeye ve alışkanlık haline getirilmeye çalışılır (Yüksel, 2000: 147).

Eşitlik (Ödül Adaleti) Teorisi: Ücret ve iş koşullarının neden motivasyonu tek başlarına belirlemediğini açıklamaya yardımcı olur. Herzberg'in çift faktör teorisi ve Maslow'un ihtiyaçlar teorisinden yola çıkarak J. Stacey Adams'ın 1965'te ortaya koyduğu eşitlik teorisinde; çalışanlar, iş arkadaşlarıyla kendi çabalarını ve çabaları için aldıkları ödülleri sürekli olarak değerlendirir (Smit vd. 2011). Eğer algıladıkları kendi emek düzeyleri ile iş arkadaşlarınınki arasında önemli bir fark olduğunu görürlerse her iki taraf içinde eşitliği sağlamaya çalışacaklardır. Bunu yapmak için kendi performanslarını artıracak ya da düşürecek veya iş arkadaşlarının seviyesini ayarlamak için önlemler alacaklardır (Eren, 2010: 542).

Bugüne kadar motivasyona ilişkin çok sayıda kuram geliştirilmiş olmasına rağmen, bu kuramlardan herhangi birinin bireylerin güdülenmesine ilişkin unsurları tek başına açıklamaya ya da insanları motive etmeye yeterli olduğu söylenemez. İşletmeler için çalışanların işletme içindeki motivasyon düzeyleri önemli bir sorundur çünkü işletmeler hedefledikleri verimlilik düzeyine ulaşmalarında doğrudan etkisi olan çalışanların verimli üretken olmalarını istemektedirler (Çivilidağ ve Şekercioğlu, 2017: 144). Bu yüzden örgütsel davranış ile ilgili çalışmaların teorik düzeyden uygulama alanına uyarlanması örgütler için oldukça önemlidir (Gagne vd. 2014). İşletmelerin çalışanlarının motivasyonlarını etkileyen unsurları bilerek, onların bireysel hedefleriyle işletme hedeflerini uyumlu hale getirmeleri ya da onların iş motivasyonlarını artırıcı unsurları işletme içi uygulamalarda kullanarak işletme verimini artırmaları mümkün olacaktır. Bu amaçla iş motivasyonunu belirlemek amacıyla çeşitli ölçekler geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Bunlardan biri de "çok boyutlu iş motivasyonu ölçeğidir.

1.4.Çok Boyutlu İş Motivasyonu

İş motivasyonu birçok alt boyuta sahip bir kavramdır. Çalışanların iş motivasyonlarını belirlemek için yapılan çalışmalarda iş motivasyonu ile ilgili objektif ve standart bir ölçme aracı geliştirmek amacıyla motivasyonun tüm boyutlarını kapsayacak bir ölçek geliştirebilmek için Gagne, Forest, Gilbert, Aube, Morin ve Malorni (2010), yaptıkları çalışmada iş motivasyonuna ilişkin bazı alt boyutlar ortaya koymuşlardır. Bunlar;

Motive Olmama (amotivation): Bir aktiviteye yönelik motivasyon eksikliği anlamına gelmektedir.

Dışsal Düzenleme (Maddesel – Sosyal) (extrinsic regulation social, extrinsic regulation material): Kişinin ödüllendirilme ve onay alma, cezalardan veya eleştiriden kaçınma, kişinin benlik saygısını artırma veya kişisel olarak değerli bir hedefe ulaşma gibi araçsal nedenlerle faaliyete girmesini ifade eder. Maddesel olanları daha çok kişinin maddi kazanç sağlaması ya da kayba uğramaması ile ilgiliyken Sosyal olanlar ise çevresinden kazanacağı beğeni, övgü, vb. manevi kazançları ya da eleştirilme, gözden düşme gibi kayıplardan çekinme ile ortaya çıkan davranışları ifade eder.

İçe Yansıtılan Düzenleme (introjected regulation): Kişiye içsel olarak baskı yapan güçlerin dışavurumuyla işin yapılması sırasında ortaya çıkan davranışların düzenlenmesini ifade eder, yani utanç ve suçluluk gibi duyguların davranışları düzenlenmesi anlamına gelir.

Kişisel Düzenleme (identified regulation): Kişinin işe atfettiği değer ya da işe yüklediği anlamla ilgilidir. Yapılan işe atfedilen bu değer kişinin işin yapılmasına ilişkin davranışlarını belirler.

İçsel Motivasyon (intrinsic motivation): Çalışanın kendi uğruna bir aktivite yapmak olarak tanımlanır, yani, çalışanın işi ilginç, eğlenceli ya da heyecan verici bulduğu için yapması anlamına gelir.

Küresel dünyada örgütsel davranış teorilerinin kültürel, ekonomik ve çalışma koşullarında uygulanabilir olması gerekliliğinden hareketle geliştirdikleri "The Multidimensional Work Motivation Scale" ile dokuz farklı ülkede yedi dilde ölçeği uygulayarak daha önce iki dilde gerçekleştirdikleri çalışmayı geliştirmişlerdir. Bu çalışmanın Türk kültüründe geçerliliğini ölçmek için Çivilidağ ve Şekercioğlu 2017 bu ölçeği Türk kültürüne uyarladıkları çalışmalarını Antalya'da 6 farklı iş kolunda çalışan 506 kişiye uygulamışlardır. Bu uygulamadan elde ettikleri verilerin analizi sonucunda 19. maddenin orijinal çalışmadan farklı bir boyut altında çıkması nedeniyle, faktör deseni açısından sorun olmaması ve faktör isimlendirmede sorun yaratmaması için analiz dışı bırakılmışlardır. Yapılan analizler sonunda orijinal kültürde belli faktörler altına toplanan ifadelerin hedef kültürde de aynı biçimde toplandığı belirlenmiş ve ölçeğin örgüt çalışanlarının iş motivasyonlarının ölçülmesi amacıyla kullanılabilceğini belirtmişlerdir.

Türk kültürüne uyarlarlarken ölçeğin uygulandığı gruplardan biri de turizm çalışanlarıdır. Ancak incelenen yazında bu ölçeğin başlı başına turizm çalışanlarının iş motivasyonlarını belirlemede kullanılmadığı görülmüştür. Bu çalışmanın bu anlamda da alana katkı sağlaması beklenmektedir.

2.YÖNTEM

2.1.Araştırma Modeli

Bu araştırmada, otel çalışanlarının çok boyutlu iş motivasyonu ölçeğine göre iş motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla niceliksel araştırma yöntemlerinden betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Betimsel araştırmalar bir konudaki mevcut durumu ortaya koymayı sağlayan araştırmalardır. Durumu değiştirmeye ve etkilemeye çalışmaz (Karasar, 2005: 77). Aynı zamanda araştırma otel çalışanlarının çeşitli demografik değişkenlere göre motivasyon düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapıldığı için nedensel karşılaştırma modelini içermektedir.

2.2.Evren ve Örneklem

Çalışma Denizli’de yer alan şehir otellerinde gerçekleştirilmiştir ve Denizli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Denizli’de turizm işletme belgeli 19 şehir oteli bulunmaktadır. Bu işletmelerden bir tanesi 5 yıldızlı, iki tanesi 4 yıldızlı, on bir tanesi 3 yıldızlı ve beş tanesi 2 yıldızlı olarak belirtilmektedir. Araştırma evreni olarak 5 yıldızlı ve 4 yıldızlı oteller ile çeşitli otel arama motorlarında 4 yıldız hizmet standardına sahip olduğu ifade edilen iki otel belirlenmiştir. Dört ve beş yıldızlı otellerin diğerlerine göre kurumsallaşma seviyelerinin daha yüksek olduğu ve departman seviyesinde yönetim uygulamalarının daha fazla olduğu düşünüldüğü için tercih edilmiştir. Bu otellerin kat hizmetleri, mutfak, servis ve ön büro departmanları seçilmiştir. Çalışmada bu departmanların seçilmesinin sebebi ise bu departmanların faaliyet bölümleri olması ve müşteri memnuniyet ya da memnuniyetsizliğinde yüksek etkiye sahip oldukları düşünüldüğü içindir. İşletmelerin çalışan sayıları ile ilgili bilgi vermekten kaçınmaları nedeniyle örneklem belirlenirken kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde amaç, belirlenen evrende isteyen her bireyin örnekleme dahil edilmesidir (Ural ve Kılıç, 2006:42). Katılımcıların demografik bulgularına ilişkin veriler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

| | | N | % |
|----------------------------|----------------|----|------|
| Cinsiyet | Erkek | 74 | 59,2 |
| | Kadın | 51 | 40,8 |
| Yaş | 18-27 | 54 | 43,2 |
| | 28-37 | 45 | 36,0 |
| | 38-47 | 22 | 17,6 |
| | 48-57 | 4 | 3,2 |
| | 58 ve üstü | 0 | 0 |
| Eğitim | İlkokul | 13 | 10,4 |
| | Ortaokul | 18 | 14,4 |
| | Lise | 38 | 30,4 |
| | Önlisans | 33 | 26,4 |
| | Lisans | 23 | 18,4 |
| | Lisansüstü | 0 | 0 |
| Medeni Durum | Bekar | 57 | 45,6 |
| | Evli Çocuklu | 42 | 33,6 |
| | Evli Çocuksuz | 13 | 10,4 |
| | Boşanmış | 13 | 10,4 |
| Çalıştığı Departman | Kat Hizmetleri | 28 | 22,4 |
| | Servis | 32 | 25,6 |
| | Mutfak | 30 | 24,0 |
| | Önbüro | 35 | 28,0 |

Bu kapsamda işletmelerden her departmandan çalışmaya katılmayı kabul eden çalışanlara anket uygulanmıştır. Uygulanan 140 anketin değerlendirilmesi sonucunda analize uygun olmayan 15 adet anket çıkartılmış ve 125 anket analiz edilmiştir. Çalışmaya katılan otel çalışanlarının demografik değişkenlere göre dağılımı Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcıların %59,2 si erkek, %40,8’i kadınlardan oluşmaktadır. Yaş gruplarına göre dağılımlarda 18-27 yaş aralığı %43,2 ile en yoğun grubu oluşturmaktadır. Sonrasında sırasıyla 28-37 yaş grubu %36, 38-47 yaş grubu %17,6, 48-57 yaş grubu %3,2 olarak dağılmaktadır. Katılımcıların eğitim değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında %30,4 ile lise mezunları en büyük grubu oluşturmaktadır. %26,4 ile ön lisans mezunları ikinci sırada, %18,4 ile lisans mezunları üçüncü sırada, %14,4 ile ortaokul mezunları dördüncü sırada ve % 10,4 ile ilkokul mezunları beşinci sırada yer almaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunu bekar çalışanlar %45,6 oluştururken, evli çalışanlar %44 ile ikinci sırada ve boşanmış çalışanlar %10,4 ile son sırayı oluşturmaktadır. Çalıştıkları departmanlara göre dağılım oranları ön büro %28, servis %25,6, mutfak %24 ve kat hizmetleri %22,4 olarak gerçekleşmiştir.

Demografik verilere bakıldığında Denizli'deki şehir otellerinde çalışanların büyük kısmının genç çalışanlardan oluştuğu, ağırlıklı olarak lise ve önlisans derecesinde eğitime sahip oldukları görülmektedir. Bekar bireylerin ve erkeklerin otellerde çalışmayı daha çok tercih ettikleri görülmektedir.

2.3. Veri toplama aracı

Araştırmanın verilerini toplamak amacıyla Gagne vd. (2010) tarafından geliştirilen ve Çivilidağ ve Şekercioğlu (2017) Türk kültürüne uyarlaması yapılan 19 maddeden oluşan beşli Likert türünde "The Multidimensional Work Motivation Scale" Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek motive olamama, dışsal düzenleme maddi, dışsal düzenleme sosyal, içe yansıtılan düzenleme, kişisel düzenleme ve içsel motivasyon olmak üzere 6 boyuttan oluşmaktadır. Çivilidağ ve Şekercioğlu (2017) ölçeğin Türk kültürüne uyarlaması çalışmasında önce dilsel eşdeğerliliği belirleme çalışmalarını gerçekleştirmişler, ikinci aşamada pilot uygulamayı altı farklı meslekte 166 işgörene uygulamışlardır. Ölçeğin uygulama aşamasında 647 kişiye uygulanan ölçekten geçerli 506 veri setine faktör analizi uygulanmış KMO değeri= .83 bulmuşlardır. Yapı geçerliliğine ilişkin yapılan Doğrulamalı Faktör Analizi sonucunda Modele ilişkin uyum indekslerinin $\chi^2(119)=330.07$, $p=.000$, $\chi^2/sd=2.77$, RMSEA=.059, GFI=.93, AGFI=.90, SRMR=.59 ve CFI=.96 olduğunu tespit etmişlerdir. Alt ölçek puanları açısından iç tutarlılık bağlamında güvenilirliği belirlemek amacıyla Cronbach alfa hesaplamaları ise; motive olmama alt ölçeği için .72, içsel motivasyon alt ölçeği için .73, dışsal düzenleme-sosyal alt ölçeği için .78, kişisel düzenleme alt ölçeği için .76, dışsal düzenleme-maddesel alt ölçeği için .80 ve içe yansıtılan düzenleme alt ölçeği için .73 olduğunu belirlemişler ve bu sonuçlar çerçevesinde kabul edilebilir düzeyde yapı geçerliliği kanıtı elde edildiğini ifade etmişlerdir (Çivilidağ ve Şekercioğlu, 2017).

İş motivasyon ifadelerinin alt boyutlarının orijinal ölçekle ne derece uygun dağılım gösterdiğini belirlemek için bu çalışmada da faktör analizi yapılmış ve verilerin bu analize uygun olduğu, Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri (0,766) ve Cronbach's Alpha değeri ($\alpha=0,855$) ve ($p=0,000$) ile tespit edilmiştir. Bu sonuçlarla ölçeğin yapısal geçerliliğe sahip olduğu ve faktör analizi için uygun olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan analizde Çivilidağ ve Şekercioğlu'nun Türk kültürüne uyarladıkları ölçekte olduğu gibi 19. madde alınmamıştır. Tablo 2'de faktör analizi sonuçları verilmiştir.

Çok boyutlu iş motivasyonu ifadelerine ilişkin faktör analizi sonuçları tablosunda, dönüştürülmüş bileşenler matrisi ve faktör analizi sonuçları verilmiştir. Tabloda orijinal değişkenler ve faktörler arasındaki korelasyonlar görülmektedir. Bir değişken hangi faktörün altında mutlak değer olarak daha büyük ağırlığa sahipse o değişken altında yer aldığı faktörle ilişki içerisindedir. Faktörler ve değişkenler arasında daha yoğun ilişkiyi göstermek amacıyla Büyüköztürk (2016), önerdiği üzere 0,45 ve altında yükleme oranına sahip değişkenler dikkate alınmayacak şekilde analiz gerçekleştirilmiş, ifadelerin hepsinin faktör yükleri 0,45 üzerinde gerçekleşmiş ve faktör yükleri 0,637 ile 0,952 arasında olan değişkenler Tablo 2'de gösterilmiştir. Öz değerleri birden fazla olanlar dönüştürülmüş bileşenler matrisi olarak verilmiştir. Faktörlerin dağılımı; 1. Faktör: Kişisel Düzenleme, 2. Faktör: Motive Olamama, 3. Faktör: Dışsal Düzenleme Maddi, 4. Faktör: İçsel Motivasyon, 5. Faktör: İçe Yansıtılan Düzenleme ve 6. Faktör: Dışsal Düzenleme Sosyal şeklinde gerçekleşmiştir.

Tablo 2: İş Motivasyonu Boyutlarına İlişkin Faktör Analizi

| F | İş Motivasyon | Ort. | SS | Faktör Yükleri | | | | | |
|------------------------------------|---------------|------|-------|----------------|-------|-------|------|------|------|
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Faktör | İfade 2 | 3,89 | 1,216 | ,952 | | | | | |
| | İfade 1 | 4,12 | 1,168 | ,903 | | | | | |
| | İfade 3 | 4,04 | 1,124 | ,862 | | | | | |
| 2. Faktör | İfade 11 | 2,61 | 1,366 | | ,938 | | | | |
| | İfade 12 | 2,76 | 1,448 | | ,915 | | | | |
| | İfade 10 | 2,75 | 1,299 | | ,758 | | | | |
| 3. Faktör | İfade 5 | 3,80 | 1,052 | | | ,909 | | | |
| | İfade 6 | 3,78 | 1,096 | | | ,825 | | | |
| | İfade 4 | 3,58 | 1,290 | | | ,671 | | | |
| 4. Faktör | İfade 17 | 3,41 | 1,192 | | | | ,874 | | |
| | İfade 18 | 3,84 | 1,233 | | | | ,827 | | |
| | İfade 16 | 3,53 | 1,174 | | | | ,786 | | |
| 5. Faktör | İfade 13 | 3,72 | 1,207 | | | | | ,956 | |
| | İfade 14 | 3,72 | 1,227 | | | | | ,917 | |
| | İfade 15 | 3,78 | 1,298 | | | | | ,637 | |
| 6. Faktör | İfade 8 | 3,67 | 1,183 | | | | | | ,846 |
| | İfade 7 | 3,88 | 1,179 | | | | | | ,807 |
| | İfade 9 | 3,42 | 1,186 | | | | | | ,710 |
| Öz Değerler | | | | 5,65 | 2,62 | 2,18 | 1,62 | 1,28 | 1,07 |
| Faktörlerin Tanımlama Fark Yüzdesi | | | | 31,44 | 14,55 | 12,13 | 9,02 | 7,16 | 5,99 |
| Ölçek Cronbach's Alpha | | | | 0,855 | | | | | |
| Toplam Farkın Açıklanma Oranı | | | | 80,317 | | | | | |

Anketlerden elde edilen verilerin faktör analizi sonucunda iş motivasyonu alt boyutlarının uyarlanan ölçekteki ile aynı şekilde dağıldığı, ifadelerin motive olmama (amotivation), dışsal düzenleme - sosyal (extrinsic regulation social), dışsal düzenleme - maddesel (extrinsic regulation material), içe yansıtılan düzenleme (introjected regulation), kişisel düzenleme (identified regulation) ve içsel motivasyon (intrinsic motivation) olmak üzere altı boyutta toplandığı görülmüştür.

3.ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde otel çalışanlarının “çok boyutlu iş motivasyonu ölçeğine” göre iş motivasyonlarının belirlenmesi ve demografik değişkenlere göre farklılaşması ile ilgili bulgular ve yorumlar yer almaktadır.

Çalışmadan elde edilen verilerin değerlendirilerek otel çalışanlarının iş motivasyonlarının belirlenmesi ve gruplar arasındaki farklılıkların tespiti için t-testi ve Anova analizleri yapılmış ve elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir. Cinsiyetler arasındaki farklılıklara ilişkin Tablo 3’de yer alan sonuçlara bakıldığında, erkek ve kadın katılımcılar arasında kişisel düzenleme ve içsel motivasyon alt boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Cinsiyete İlişkin T-Testi Sonuçları

| Boyutlar | Cinsiyet | Ort. | Std. S. | t | Sig (p) | |
|--------------------------|----------|------|---------|--------|---------|------|
| Motive Olamama | Erkek | 74 | 2,684 | 1,2286 | ,302 | ,763 |
| | Kadın | 51 | 2,751 | 1,1997 | | |
| Kişisel Düzenleme | Erkek | 74 | 4,225 | 0,9886 | 2,531 | ,013 |
| | Kadın | 51 | 3,719 | 1,1688 | | |
| Dışsal Düzenleme Maddi | Erkek | 74 | 3,639 | 1,0537 | 1,211 | ,204 |
| | Kadın | 51 | 3,849 | 0,7840 | | |
| Dışsal düzenleme Sosyal | Erkek | 74 | 3,666 | 1,0218 | ,072 | ,943 |
| | Kadın | 51 | 3,653 | 0,9544 | | |
| İçe Yansıtılan Düzenleme | Erkek | 74 | 3,851 | 1,0499 | 1,271 | ,206 |
| | Kadın | 51 | 3,594 | 1,1912 | | |
| İçsel Motivasyon | Erkek | 74 | 3,815 | 0,9284 | 2,770 | ,007 |
| | Kadın | 51 | 3,281 | 1,1418 | | |

Bu boyutlardan kişisel düzenleme boyutu ortalamalarına bakıldığında erkeklerin (4,225) ile kadınlardan (3,719) daha fazla, işe kişisel değer atfettikleri görülmektedir. İçsel Motivasyon alt boyutuna bakıldığında yine erkeklerin (3,815) ile kadınlardan (3,281) daha fazla bir ortalamaya sahip oldukları, iş motivasyonlarında işlerinin heyecan verici ve eğlenceli olmasının önemli olduğu ve işlerini kadınlara göre daha ilginç ve heyecan verici buldukları saptanmıştır. Kadın ve erkeklerin ortalamalarına bakıldığında her iki grup içinde maddi unsurların önemli görülmesine rağmen manevi unsurların daha önemli olduğu görülmektedir.

Departmanlara göre çalışanların motivasyonlarının farklılaştığı alanları belirlemek üzere anova testi uygulanmıştır. Anova testinde varyansların homojenliği test edildiğinde motive olmama (Sig. ,001), dışsal düzenleme maddi (Sig.,001) ve içe yansıtılan düzenleme (Sig. ,024) homojen olmadıkları görülmüştür. Bu yüzden bu boyutlar için Tamhane's T2 testi uygulanmıştır. Kişisel Düzenleme (Sig. ,464), dışsal düzenleme sosyal (Sig. ,430) ve içsel motivasyon (Sig. ,388) boyutlarının ise homojen dağıldıkları belirlenerek Tukey testi uygulanmıştır. Homojen dağılan ve dağılmayan boyutlara ilişkin veriler Tablo 4 ve Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 4: Çalışanların Çalıştıkları Departmana İş Motivasyonu Durumları

| (Homojen dağılmayan boyutların Anova analizleri) | | | | | | | |
|--|---------|--------|--------|-------|---------|-------|---------------|
| | Gruplar | Ort | SS | KT | KO | F | p |
| Motive Olmama | H/K | 3,047 | 1,3508 | | | | |
| | Servis | 2,614 | 1,1947 | G.Ara | 27,697 | 9,232 | 7,226 ,000 |
| | Mutfak | 3,266 | 1,1460 | G.İçi | 154,602 | 1,278 | |
| | Önbüro | 2,057 | 0,8224 | | | | |
| H/K | 3,940 | 0,5812 | | | | | |
| Dışsal Düzenleme Maddi | Servis | 3,583 | 1,0506 | G.Ara | 2,695 | ,898 | ,984 ,403 |
| | Mutfak | 3,588 | 1,2276 | G.İçi | 110,430 | ,913 | |
| | Önbüro | 3,800 | 0,8292 | | | | |
| | H/K | 3,928 | 1,1271 | | | | |
| İçe Yansıtılan Düzenleme | Servis | 3,135 | 1,2696 | G.Ara | 19,069 | 6,356 | 5,725 ,001 |
| | Mutfak | 4,200 | 0,8736 | G.İçi | 134,353 | 1,110 | |
| | Önbüro | 3,771 | 0,9066 | | | | |
| | H/K | 3,928 | 1,1271 | | | | |

Anova analizi sonucunda motive olmama alt boyutunda ve içe yansıtılan düzenleme alt boyutunda gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu görmek için ortalamalara bakıldığında motive olmama alt boyutunda kat hizmetleri ile önbüro arasında ve mutfak ile önbüro arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. İçe yansıtılan düzenleme boyutunda ise mutfak ile servis arasında anlamlı farklılık bulunduğu ortaya çıkmıştır. Grupların ortalamaları incelendiğinde Motive olmama boyutunda kat hizmetlerinin (3,047) ortalama ile önbüro (2,057)'ya göre daha çok motive olmadığı görülmüştür. Mutfak (3,266) ile önbüro (2,057) ortalamaları incelendiğinde yine mutfak departmanının daha çok motive olmadığı ortaya çıkmaktadır. İçe yansıtılan düzenleme boyutunda, servis (3,135) ve Mutfak (4,200) ortalamaya sahip oldukları ve bu sonuca göre mutfak çalışanlarının servis çalışanlarına göre işlerinde sarf ettikleri çabanın kişisel olarak hissedecekleri utanç ve suçluluk duygusu gibi hislerden kaçınma sonucu ortaya çıkan motivasyonun daha ağır bastığı görülmektedir.

Homojen dağılan boyutlar için yapılan analiz sonuçlarına göre anova analizi Tablo 5'de verilmiştir. Bu tabloya göre gruplar arasında iş motivasyonunun kişisel düzenleme, dışsal düzenleme sosyal ve içsel motivasyon alt boyutlarında herhangi bir anlamlı farklılık ortaya çıkmadığı görülmektedir.

Tablo 5: Çalışanların Çalıştıkları Departmana İş Motivasyonu Durumları

| (Homojen Dağılan Boyutların Anova Analizi) | | | | | | | |
|--|---------|-------|--------|-------|---------|-------|--------------|
| | Gruplar | Ort | SS | KT | KO | F | p |
| Kişisel Düzenleme | H/K | 3,619 | 1,2025 | | | | ,779 ,155 |
| | Servis | 4,041 | 0,9828 | G.Ara | 6,225 | 2,075 | |
| | Mutfak | 4,211 | 1,1727 | G.İçi | 141,176 | 1,167 | |
| | Önbüro | 4,152 | 0,9746 | | | | |
| Dışsal Düzenleme Sosyal | H/K | 3,785 | 1,0932 | | | | ,379 ,073 |
| | Servis | 3,302 | 1,0654 | G.Ara | 6,783 | 2,261 | |
| | Mutfak | 3,933 | 0,8368 | G.İçi | 114,991 | ,950 | |
| | Önbüro | 3,657 | 0,8947 | | | | |
| İçsel Motivasyon | H/K | 3,321 | 1,1880 | | | | ,897 ,134 |
| | Servis | 3,572 | 0,9809 | G.Ara | 6,144 | 2,048 | |
| | Mutfak | 3,955 | 1,1703 | G.İçi | 130,589 | 1,079 | |
| | Önbüro | 3,533 | 0,8212 | | | | |

Otel çalışanlarının eğitim durumlarına göre iş motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla uygulanan anova analizinde homojen dağılmayan boyutlara ilişkin sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir. Homojen dağılmayan boyutlar için Tamhane 2 testi uygulanmıştır.

Tablo 6: Çalışanların Eğitim Durumlarına Göre İş motivasyonu Durumları

| (Homojen Dağılmayan Boyutların Anova Analizleri) | | | | | | | | |
|--|----------|-------|--------|-------|---------|-------|-------|------|
| | Gruplar | Ort | SS | | KT | KO | F | p |
| Motive Olmama | İlkokul | 2,435 | 1,3008 | | | | | |
| | Ortaokul | 3,814 | 1,0799 | G.Ara | 33,840 | 8,460 | | |
| | Lise | 2,578 | 1,2343 | G.İçi | 148,459 | 1,237 | 6,838 | ,000 |
| | Önlisans | 2,828 | 1,0805 | | | | | |
| | Lisans | 2,058 | 0,8143 | | | | | |
| İçer Yansıtılan Düzenleme | İlkokul | 3,692 | 1,2580 | | | | | |
| | Ortaokul | 4,481 | 0,5267 | G.Ara | 20,666 | 5,166 | | |
| | Lise | 3,508 | 0,9886 | G.İçi | 132,756 | 1,106 | 4,670 | ,002 |
| | Önlisans | 4,030 | 1,0420 | | | | | |
| | Lisans | 3,492 | 0,9173 | | | | | |
| İçsel Motivasyon | İlkokul | 3,051 | 1,1373 | | | | | |
| | Ortaokul | 4,111 | 0,6049 | G.Ara | 14,381 | 3,595 | | |
| | Lise | 3,403 | 1,2403 | G.İçi | 122,351 | 1,020 | 3,526 | ,009 |
| | Önlisans | 3,909 | 0,9401 | | | | | |
| | Lisans | 3,376 | 0,8366 | | | | | |

Eğitim durumlarına göre gruplar arasındaki farklılıklara bakıldığında ortaokul mezunu çalışanların diğer okul mezunlarından motive olmama boyutunda anlamlı bir şekilde farklılaştıkları görülmektedir. Bu çalışmanın uygulandığı otel işletmelerinde çalışan ortaokul mezunlarının diğer mezunlara göre yaptıkları işlerde daha az motive oldukları görülmüştür. Tablo 6'da içer yansıtılan düzenleme boyutu incelendiğinde ortaokul mezunlarının lise ve lisans mezunlarıyla anlamlı şekilde farklılaştığı, önlisans mezunlarının ise lise mezunlarıyla anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Ortaokul ve önlisans mezunlarının diğer gruplara göre, iş motivasyonlarında daha baskın kişisel duyguların etkisi olduğu söylenebilir. İçsel motivasyon boyutu incelendiğinde ortaokul mezunlarının diğer gruplardan farklılaştığı ve işlerini heyecanlı ve eğlenceli bulmalarının iş motivasyonlarında önemli olduğu görülmektedir.

Homojen dağılmayan boyutlara ilişkin anova analiz sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Bu boyutlar için gruplar arasındaki farklılıklara bakıldığında yalnızca "dışsal düzenleme sosyal" boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Çalışanların Eğitim Durumlarına Göre İş motivasyonu Durumları

| (Homojen Dağılan Boyutların Anova Analizleri) | | | | | | | | |
|---|----------|-------|--------|-------|---------|-------|-------|------|
| | Gruplar | Ort. | SS | | KT | KO | F | p |
| Kişisel Düzenleme | İlkokul | 4,051 | 0,7557 | | | | | |
| | Ortaokul | 4,425 | 0,7567 | G.Ara | 4,091 | 1,023 | | |
| | Lise | 3,921 | 1,0778 | G.İçi | 143,310 | 1,194 | ,856 | ,492 |
| | Önlisans | 4,020 | 1,1147 | | | | | |
| | Lisans | 3,840 | 1,4137 | | | | | |
| Dışsal Düzenleme Maddi | İlkokul | 3,564 | 0,6719 | | | | | |
| | Ortaokul | 3,944 | 1,1673 | G.Ara | 1,379 | ,345 | | |
| | Lise | 3,745 | 1,0524 | G.İçi | 111,746 | ,931 | ,370 | ,829 |
| | Önlisans | 3,656 | 0,8395 | | | | | |
| | Lisans | 3,711 | 0,9444 | | | | | |
| Dışsal Düzenleme Sosyal | İlkokul | 3,538 | 1,0141 | | | | | |
| | Ortaokul | 4,481 | 0,5389 | G.Ara | 15,071 | 3,768 | | |
| | Lise | 3,508 | 0,9886 | G.İçi | 106,703 | ,889 | 4,237 | ,003 |
| | Önlisans | 3,636 | 1,0420 | | | | | |
| | Lisans | 3,376 | 0,9173 | | | | | |

Dışsal düzenleme sosyal, boyutunda bütün grupların ortalamalarının genel olarak yüksek olduğu fakat ortaokul mezunlarının diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç tüm gruplar için sosyal ve manevi kazanç ya da kayıpların iş motivasyonlarında etkili olmasına rağmen ortaokul mezunlarının bu tür beğeni ya da yergileri daha çok önemsedikleri görülmektedir.

Tablo 8: Çalışanların Eğitim Durumlarına Göre Çalıştıkları Departman Dağılımları

| | İlkokul | Ortaokul | Lise | Ön Lisans | Lisans | Toplam |
|----------------|---------|----------|------|-----------|--------|--------|
| H/K | 9 | 6 | 6 | 5 | 2 | 28 |
| Servis | 3 | 3 | 16 | 8 | 2 | 32 |
| Mutfak | - | 6 | 12 | 8 | 4 | 30 |
| Ön Büro | 1 | 3 | 4 | 12 | 15 | 35 |
| Toplam | 13 | 18 | 38 | 33 | 23 | 125 |

Dağılımlara bakıldığında departman olarak motive olamama boyutunda yüksek skora sahip kat hizmetleri ve mutfak departmanı çalışanlarının, eğitim düzeyleri dağılımlarında da yüksek skora sahip ortaokul mezunlarından oluştuğu görülmektedir. Bu sonuç ortaokul mezunlarının neden diğer mezunlardan motive olamama konusunda önemli ölçüde farklılaştığını açıklamakta yardımcı olmaktadır. Aslında mezun olunan okulun iş motivasyonu boyutlarından motive olamama boyutuna etkisinden ziyade çalışılan departmandan kaynaklı bir durumun söz konusu olduğu, ortaokul mezunlarının bu gruplarda ağırlıklı olmasıyla açıklanabilir.

Çeşitli demografik değişkenlere göre gerçekleştirilen analizler genel olarak incelendiğinde otel çalışanlarının erkek ve kadın fark etmeksizin maddi dışsal motivasyon unsurlarından etkilendiği fakat içsel motivasyon unsurlarının motive olmalarında daha etkili olduğu görülmektedir. Çalıştıkları departmanlara göre bakıldığında mutfak çalışanlarının diğerlerine göre içsel motivasyonu oluşturan boyutlarda daha yüksek ortalamalara sahip olduğu, kat hizmetleri çalışanlarının motivasyonlarında ise dışsal unsurların daha etkili olduğu görülmektedir. Eğitim durumlarına göre yapılan analizlerde ortaokul mezunu çalışanların içsel ve dışsal motivasyon faktörlerinden yüksek derecede etkilendiği, tüm gruplarda işe atfedilen değer oldukça yüksek olduğu ve lisans mezunlarının daha fazla işe motive olabildikleri ortaya çıkmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, hizmetler sektörü içinde yer alan ve hizmet üretiminde emeğin yani insan faktörünün en önemli unsur olduğu, işletme verimliliğinin büyük ölçüde çalışan performansına dayalı olduğu alanların başında gelmektedir. Turizm işletmeleri içinde oldukça önemli bir yere sahip otel işletmeleri içinde bu durum değişmemektedir. Çalışanların verimliliğinin otel işletmeleri için oldukça önemli olması çalışanların verimlerini etkileyen iş motivasyonlarının belirlenmesini ve farklılaştığı boyutların bilinmesini ve farklılaşma nedenlerinin bulunarak gruplar arasında dengeli ve etkili performans düzeylerinin yakalanabilmesine olanak sağlayacaktır. Çünkü otel işletmelerinde insanların yaptıkları işler birbirleriyle ilişkili ve birbirlerinden etkilenen bir yapıdadır. Dolayısıyla bir grubun iş performansı diğer gruplarla dengeli olmazsa genel iş performansları düşüş gösterecektir.

Çalışma sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesi ile erkeklerin kadınlara oranla işlerine daha fazla kişisel değer attiklerini, işlerini bir anlamda kişisel dünyaları ile birlikte algılama oranlarının yüksek olduğu ve işlerini daha ilginç buldukları ortaya çıkmıştır. Bu durum erkek çalışanların işlerini yapmaya değer bir iş olarak gördüklerini ve işlerinin kişiliklerine daha uygun olduğu (Başaran, 1984) anlamlarına gelebilir. Ancak burada incelenmesi gereken bir diğer sorun ortaya çıkmaktadır. O da işe başvuru aşamasında erkek adayların daha fazla seçenek içerisinden kendilerine en uygun olanlara başvururken, kadın adayların çok fazla seçeneğe sahip olup olmadığıdır. Kadınların otel işletmelerinde genellikle belirli departmanlar dışında çok fazla talep edilmediği (Yetkin, 2017) onların içsel motivasyonlarında azaltıcı bir rol oynadığı düşünülebilir.

Çalıştıkları departmanlar açısından çalışanların motivasyon durumları çalışmanın önemli sonuçlarından birini oluşturmaktadır. Yukarıda bahsedildiği üzere otel işletmeleri bir sistem olarak ele alındığında bu sistemi oluşturan tüm parçaların dengeli çalışması hizmet kalitesinin sağlanması açısından önemlidir. Bu yüzden departmanlar arasında çok boyutlu iş motivasyonu boyutları farklılıkları karşılaştırılmıştır. Kat hizmetleri ve mutfak departmanları çalışanlarının servis ve ön büro departmanları çalışanlarına göre daha az motive oldukları ortaya çıkmıştır. İçeride yansıtılan düzenleme boyutunda, mutfak çalışanlarının servis çalışanlarına göre işlerinde sarf ettikleri çabanın kişisel olarak hissedecekleri utanç ve suçluluk duygusu gibi hislerden kaçınma sonucu ortaya çıkan motivasyonun daha ağır bastığı görülmüştür. Çok boyutlu iş motivasyonu boyutlarının dağılımına bakıldığında genel olarak tüm departmanlarda çalışanların motivasyon düzeylerinin orta seviyenin üstünde olduğu görülmektedir. Motive olmama boyutunda ortalamanın üstünde olan kat hizmetleri ve mutfak departmanlarına ilişkin motive olamamalarına sebep kaynakların tespit edilerek bunların giderilmesi işletmelerde departmanlar arası farkın azaltılarak verimliliğin artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Eğitim durumlarına göre gruplar arasındaki farkların incelenmesi sonucu ortaokul ve ön lisans mezunlarının orta seviyenin üzerinde motive olamadıkları ve diğer gruplardan farklılaştıkları görülmüştür. Fakat özellikle ortaokul mezunlarının ortalamasının yüksek çıkması nedeniyle bu grubun departmanlar göre dağılımı

incelenmiş ve motive olamama durumunun departmanla daha fazla ilişkili olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bu sonucun daha ayrıntılı olarak ele alınması gerekmektedir.

Denizli ilinde faaliyet gösteren şehir oteli çalışanlarının iş motivasyonlarının belirlenmesi ve çeşitli demografik gruplar arasındaki farkların belirlenmesi amacıyla, çok boyutlu iş motivasyonu ölçeği kullanılarak bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada gruplar arasındaki farkların nedenleri ele alınmamıştır. İşletmelerde çalışanların motivasyonlarının yükseltilecek verimlerinin artırılması için farkların nedenlerinin de belirlenmesi önemli olduğundan motivasyon konusunda çalışmakta olan diğer araştırmacılar için bu konuda çalışılması önerilmektedir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde Denizli'deki otel işletmelerinde çalışanları üzerinde maddi motivasyon unsurlarının önemli olmasına rağmen, manevi unsurların biraz daha ağır bastığı görülmektedir. Diğer alanlarda yapılan çeşitli çalışmalarda da Türkiye'deki işletmelerde hem maddi hemde manevi unsurların motivasyon üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Öztürk ve Dündar, 2003; Ölçer, 2005; Dündar vd., 2007; Cabar ve Serinkan, 2009; Ünsar vd., 2010; Naldöken vd., 2011; Yıldırım, 2011; Gökkaya ve Türker, 2018). HRthinks Eğitim ve Danışmanlık tarafından 2018 yılında yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'de beyaz yakalılarının sadece %8,9'u parayı birinci dereceden motivasyon unsuru olarak görürken, %57,9'u parayı önemli bir motivasyon unsuru olarak görmemektedir (Marketing Türkiye, 2018). Bu araştırma, kapsadığı evrenin özelliği itibari ile maddi bir unsur olan paraya çok fazla önem atfetmemiş olmasına rağmen, genel olarak Türk çalışanlar açısından manevi unsurların önemli olduğunu gösterdiği için önemlidir. Bütün bu bilgiler değerlendirildiğinde ve çalışma sonuçları incelendiğinde otel işletmelerine çalışanların kendilerini huzurlu hissedecekleri ve manevi olarak kendilerini tatmin edecek bir ortamın daha yüksek bir motivasyon sağlayacağını söylemek mümkündür. Ancak bu ortamın çalışanların temel maddi ihtiyaçlarının karşılandıktan sonra etkili olabileceği unutulmamalıdır.

Bu çalışma genel olarak otel çalışanlarının iş motivasyon düzeylerinin tespit edilmesi ve gruplar arasındaki farkların ortaya konması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın, araştırma sonucunda ortaya çıkan sonuçlar ve otel işletmelerine yönelik çeşitli önerileri yanında, bu konuda bir çerçeve oluşturması ve sonraki çalışmalara yol göstermesi umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akova, O., Tanrıverdi, H. ve Kahraman, O. C. (2015). Otel İşletmelerinde İşgören Devir Hızına Etki Eden Risk Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 6 (12), 87-107.
- Akova, O., Kuşlivan, H. ve Çifçi, İ. (2015). Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış. (Ed. Akova, O., Kızıllırmak, İ. ve Tanrıverdi, H.), Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başaran, İ. E. (1984). Örgütsel Davranışın Yönetimi. Ankara: A.Ü.E.B.F. Yayınları No: 135
- Brief, A. P. & Aldag, R. J. (1976). The Intrinsic - Extrinsic Dichotomy: Toward Conceptual Clarity, Academy of Management Review, 2(3), 496-500.
- Burger, J. M. (2006). Kişilik. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik Araştırma Deseni Spss Uygulamaları ve Yorum, Ankara: Pegem Akademi.
- Cabar, H., Serinkan, C. (2009). Hemşirelerin çalışma motivasyonunu etkileyen faktörler: Denizli devlet hastanesinde yapılan bir araştırma. Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, 44(4), 50-66.
- Cherrington, D.J. (1994). Organizational Behavior: The Management of Individual & Organizational Performance. Boston: Allyn & Bacon.
- Çetin, İ. (2013). Motivation And It's Impact on Labour Productivity at Hotel Business "A Conceptual Study". International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education 2 (1). 70-79
- Çivilidağ, A. ve Şekercioğlu, G. (2017). Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. Mediterranean Journal of Humanities, VII(1), 143-156.
- Dündar, S. Özutku, H. ve Taşpınar, F. (2007). İçsel ve Dışsal Motivasyon Araçlarının İşgörenlerin Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir İnceleme. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2007(2), 105-119.
- Efil, İ. (2006). Yönetim ve Organizasyon. İstanbul: Alfa Aktüel Yayınları.
- Eren, E. (2010). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Gagné M., Forest J., Gilbert M. H., Aubé C., Morin E. and Malorni A. (2010). The Motivation at Work Scale: Validation Evidence in Two Languages. Educational and Psychological Measurement, 70(4), 628-646.
- Gagné M., Forest J., Vansteenkiste M., Braud L.C., Broeck A.V., Aspelis A. K., Bellerose J., Benabou C., Chemolli E., Güntert S.T., Halvari H., Indiyastuti D.L., Johnson P.A., Molstad M.H., Naudin M., Ndao A., Olafsen A.H., Roussel P., Wang Z. and Westbye C. (2015). The Multidimensional Work Motivation Scale: Validation Evidence in Seven Languages and Nine Countries. European Journal of Work and Organizational Psychology, 24(2), 178-196.
- Garih, Ü. (2005) İş Hayatında Motivasyon, İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Gökkaya, S. ve Türker, N. (2018). İş Motivasyonu İle İş Tatmini Üzerine Otel İşletmelerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 3(5), 12-28.
- Güler, E. G., Demiralay, T. ve Selvi, F. (2017). Konaklama İşletmelerinde Motivasyon Araçlarının İşdoymu Üzerine Etkisi: Edirne Otellerinde Bir Araştırma. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 7(2), 31-38.
- Herzberg F. (1974). Motivation-Hygiene Profiles: Pinpointing What Ails the Organization. Organizational Dynamics, 3(2), 18-29.
- Kanfer, R. & Chen, G. (2016). Motivation in Organizational Behavior: History, Advances and Prospects. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 136, 6-19.
- Karasar, N., (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, İ. (2007) Otel İşletmeleri İşgörenlerinin İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Geliştirilen Bir İş Tatmin Ölçeği. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), 355-372.
- Koçel, T. (1989). İşletme Yöneticiliği – Yönetici Geliştirme, Organizasyon ve Davranış. İstanbul: Yön Ajans.
- Latham, G.P. (2007). Work Motivation History, Theory, Research and Practice. California: Sage Publications.
- Luthans, F. (2010). Organizational Behavior, 12th Ed. New York: McGraw-Hill.
- Marketing Türkiye (2018). Türk iş dünyasının motivasyon haritası yayımlandı. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turk-is-dunyasinin-motivasyon-haritasi-yayinlandi/> Erişim Tarihi: 24.08.2019.
- McGregor, D.M. (1957). The human side of the enterprise. Management Review, 46, 22–28
- McGregor, D.M. (1960). The Human Side of the Enterprise. New York: McGraw-Hill.
- Metle, M. (2001). Education, Job Satisfaction and Gender in Kuwait. The International Journal of Human Resource Management, 12(2), 311- 332.
- Mullins, L.J. (2010). Management and Organisational Behavior (9th Ed.). Essex: Pearson, FT Prentice Hall
- Naldöken Ü., Ekinci H., Biçer E.B. (2011). Bir Devlet Hastanesinde Ek Ödeme Yapılmasının İşgören Motivasyonu Üzerindeki Etkileri. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(2), 283-295.
- Ölçer, F. (2005). Departmanlı Mağazalarda Motivasyon Üzerine Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25, 3-75.
- Özer, P. S. ve Topaloğlu, T. (2008). Motivasyonda Kapsam Kuramları. Liderlik ve Motivasyon Geleneksel ve Güncel Yaklaşımlar (Ed. Serinkan, C.) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, ss.83-104.

- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2016). Örgütsel Davranış (7. Baskı), Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Öztürk, Z., Dündar, H. (2003). Örgütsel Motivasyon Ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler. Ç.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 4(2), 57-67.
- Pinder, C.C. (1998). Work Motivation in Organizational Behavior. Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Porter, L., Bigley, G.A. & Steers, R.M. (2003). Motivation and Work Behavior. New York: McGraw-Hill.
- Robbins, S.P. (1996). Organizational Behavior: Concepts, Controversies, Applications. (7th Ed.) Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall
- Robbins, S.P. (2003). Essentials of Organizational Behavior. New Jersey: Prentice Hall.
- Seker, S.E. (2015). Motivasyon Teorisi. YBS Ansiklopedi, 2(1), 22-26.
- Smit, P.J., Cronje G.E., Brevis T. & Vrba M. J. (2011). Management Principles: A Contemporary Edition for Africa (5th Ed.). Cape Town: Juta Publishers
- Steers, R.M., Mowday, R.T. and Shapiro, D.L. (2004). The Future of Work Motivation Theory. Academy of Management Review, 29(3), 379-387.
- Stroh, L. K., Northcraft, G. B. & Neale M. A. (2008). Organizational Behavior: A Management Challenge. Taylor & Francis e-library
- Şimşek, Ş. (1995). Yönetim ve Organizasyon. Konya: Damla Matbaacılık.
- Tütüncü, Ö. ve Demir, M. (2002). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve İşgücü Hareketlerinin Analizi. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünsar, A. S., İnan, A. ve Yürük, P. (2010). Çalışma Hayatında Motivasyon ve Kişiyi Motive Eden Faktörler: Bir Alan Araştırması. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 248-262.
- Yetkin, D. (2017). Turizm Sektöründe Kadın, <http://hotelgazetesi.com/yazi-detay/122/turizm-sektorunde-kadin>. Erişim Tarihi: 17.10.2018
- Yıldırım, N. (2011). Okul Müdürlerinin Motivasyonları Üzerine Nitel Bir İnceleme. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11(1), 71-85.
- Yüksel, Ö. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi. Ankara: Gazi Kitabevi.

Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Sosyal Medya Tutumları Üzerine Etkisi

The Effects of Fear of Missing Out Developments on Social Media Attitudes

Pınar ERDOĞAN*
Yasemin ŞANLI**

ÖZ

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkularının sosyal medyaya yönelik tutumları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın evrenini 2018-2019 eğitim-öğretim döneminde öğrenim gören Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkuları ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ve gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya tutumları arasında pozitif yönde ilişki olduğu bulgulanmıştır Sosyal medya tutum ölçeğinin alt boyutlarından olan paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik ve öğretim görevlileriyle iletişim ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasında pozitif yönde anlamlı ilişki, sosyal izolasyon ile gelişmeleri kaçırma korkusu arasında negatif ilişki bulgulanmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda da gelişmeleri kaçırma korkusunun paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, öğretim görevlileriyle iletişim ve sosyal izolasyon boyutlarını anlamlı şekilde etkilediği bulgulanmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu, Sosyal Medya Tutumları,

ABSTRACT

In this study, the effects of university students' fear of missing out (FoMO) and their attitudes towards social media were studied. The population of the research consists of the students of the Faculty of Health Sciences of Karamanoglu Mehmetbey University, who were educated in the 2018-2019 academic year. In the study, it was found that the relationship between university students' fear of missing out developments and social media attitudes were statistically significant and there was a positive relationship between fear of missing out developments and social media attitudes. The need for sharing, which is one of the sub-dimensions of social media attitude scale, social competence and a positive meaningful relationship was found between communication with teachers and fear of missing developments, and negative correlation was found between social isolation and fear of missing developments. As a result of the regression analysis, it was found that the fear of missing the developments significantly affected the need for sharing, social competence, communication with instructors and social isolation.

KEYWORDS

Fear of MissingOut (FoMO), Social Media Attitudes

| Makale Geliş Tarihi / SubmissionDate | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|--------------------------------------|---|
| 30.07.2019 | 07.11.2019 |
| Atıf | Erdoğan, P. ve Şanlı, Y. (2019).Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Sosyal Medya Tutumları Üzerine Etkisi. SelçukÜniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 615-627. |

*Dr.Öğr. Üyesi, Karamanoğlu MehmetbeyÜniversitesi,Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, pinarerdogan@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0000-7817-1342

**Dr.Öğr. Üyesi, Karamanoğlu MehmetbeyÜniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, yaseminsanli@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9169-0577

GİRİŞ

World Wide Web'in 1991 yılında kullanılmasıyla birlikte geleneksel medya kavramı radikal bir değişime uğramıştır. Bu değişimin ana nedenlerinden biri insanların sadece okuyucu oldukları web 1'den, kullanıcıların diğer kullanıcılarla ağ ile iletişim kurmasına izin veren "okunabilir ve yazılabilir web" şeklinde belirtilen web 2'nin gelişimidir (D'souza, 2006: 8; Ergenç, 2011:18; Büyükşener, 2009:19). İletişim ve paylaşımına izin veren sosyal medya, web 2'nin gelişimiyle birlikte doğmuştur (Mavnacıoğlu, 2009:63; Newson, Houghton ve Patten, 2008:138).

Sosyal medya ilk kez 2006 yılında Chris Shipley tarafından kullanılmış (Boyd ve Ellison, 2007: 214; Newson, Houghton ve Patten, 2008: 49; Wenting,2019; 15) ve "bilgi alışverişi, katılım ve işbirliğini destekleyen bir dizi çevrimiçi araç ve uygulama" olarak tanımlanmıştır (Wenting, 2019:15). Kavram ilk kez 2006 yılında kullanılsa da ilk çağdaş sosyal medya uygulaması olan Sixdegrees Sitesi 1997 yılında (Sayın, Armağan ve Karakulle, 2017: 440) Friendster ve Myspace 2002-2003, Flickr ve Youtube 2004-2005 Facebook ve Twitter ise 2006-2007 yıllarında paylaşımına açılmışlardır (Otrar ve Argin, 2015:392).

Sosyal medyanın tanımı genellikle farklı şekillerde ancak benzer çerçevede yapılmıştır. The Merriam-Webster sözlüğü (www.merriam-webster.com) sosyal medyayı, "kullanıcıların bilgi, fikir, kişisel mesaj ve diğer içerikleri (videolar gibi) paylaşmak için çevrim içi topluluklar oluşturduğu elektronik iletişim biçimleri" şeklinde tanımlamıştır. Bir diğer tanımda sosyal medya "zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu insanî bir iletişim şekli " olarak tanımlanmıştır (Vural ve Bat, 2010:3351). "Kullanıcıların bir sistem dahilinde profil oluşturup, başka kullanıcıların sistemdeki listelenmiş bağlantılarını görüp ve aralarında gezmesine izin veren web tabanlı hizmetlerin tümüne sosyal ağ (Büyükşener, 2009:19), sosyal ağları (Facebook, Bloglar, Youtube gibi) içine alan platformlara da sosyal medya denilmektedir (Büyükşener, 2009:19).

İnsanlara bilgi edinme, yayınlama ve paylaşma yolları sunmakta olan (Wenting, 2019:15) sosyal medyanın temelini, kullanıcıların ürettiği içerikler oluşturmaktadır (Büyükşener, 2009:22). Mayfield (2008:5) sosyal medyayı katılım, açıklık, konuşma, toplum ve bağlantılılık özelliklerinin bütünü olarak belirtmiştir (Mayfield ; 2008:5). *Katılım*; sosyal medyanın, medya ve izleyici arasındaki çizgiyi bulanıklaştırarak ilgili herkesin katkı ve geri bildirimini teşvik etmesi olarak belirtilirken, *açıklık*; sosyal medyada içeriğe erişim ve içerik kullanımında bir engel bulunmaması ve bildirimlere ve katılımlara açık olması şeklinde ifade edilmiştir. *Konuşma*; iki yönlü konuşmaya izin vermesi, *toplum*; toplulukların hızlı bir şekilde oluşturularak etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlaması ve son olarak *bağlılık ise*; sosyal medyanın birbirleriyle olan bağlantılarını kullanarak, birbirleriyle olan bağlantılarını geliştirmesidir (Mayfield; 2008:5) şeklinde ifade edilmiştir. Sosyal içerikli web sitelerinden oluşan sosyal medya (Ada ve Akın, 2015)'nin Mayfield (2008:6) tarafından belirtilen toplam 7 çeşidi bulunmaktadır. Bunlar;

Sosyal ağlar: Bireylerin web sayfası oluşturmasına ve içerik paylaşımını için diğer insanlarla iletişim kurmasına izin veren sosyal medya çeşididir (örn.Facebook).

Bloglar: En son ilk haberin görüldüğü çevrimiçi dergilerdir

Vikiler: İnsanların ortak bir belge veya veritabanı görevi görerek, kendilerine bilgi eklenmesine ve düzenlenmesine izin verir. (örn:Wikipedia).

Podcast: Abonelik ile erişilebilen ses ve video dosyalarının bulunduğu sosyal medya çeşididir.

Forum: Çevrimiçi tartışma alanlarıdır

İçerik toplulukları: Sınırları belirlenmiş çeşitlilikteki içeriği düzenleyip paylaşan topluluklar (örn.Youtube).

Mikrobloglar: Miktarı düşük içeriğin çevrimiçi ve mobil telefon ağı ile dağıtıldığı sosyal ağlardır (örn.Twitter).

Sürekli güncellenebilmesi ve çoklu kullanım ve sanal paylaşım imkanlarıyla en ideal iletişim alanı olarak görülmeye başlanan sosyal medya (Vural ve Bat, 2010:3349), internet kullanımının yaygınlaşmasıyla başlamış ve insanlar arasındaki iletişim şeklini değiştirmiştir (Edosomwan vd., 2011:2-4). Nitekim "We Are Social"ın yayınlamış olduğu "Digital in 2019" raporu bunu doğrular niteliktedir. Rapora göre 2018 yılında dünya nüfusunun %56'sı internet kullanıcısı, % 45'i ise sosyal medya kullanıcısı durumundadır. İnternet kullanımı en yüksek 25-44 yaş arası gruba (%29) aitken bu oranı %22 ile 0-12 yaş

arası takip etmektedir. Sosyal medya kullanımı 2018 yılı istatistiklerine göre, 2,27 milyar kullanıcı sayısı ile Facebook dünyada ilk sırada bulunurken, ikinci sırada 1,90 milyar kullanıcı ile Youtube bulunmaktadır (we are socila). Sosyal medya kullanımı özellikle gençler arasında daha yüksektir (Li, Bernoff, Pflaum ve Glass, 2007). Dünya çapında işletme, pazarlama ve teknoloji konularını analiz etmek için araştırmalar yapan Forrester (Forrester.com) çevrimiçi tüketici davranışlarını takip etmek amacıyla hem yetişkinlerin hem de gençlerin sosyal ağ kullanımı ile ilgili çalışmalar yapmıştır (Li vd. 2007:2). Bu çalışma bulgularına göre - gençlerin yaklaşık % 60'ı (12-17 yaş arası) ve genç yetişkinlerin % 80'i (18-21 yaş arası) sosyal paylaşım sitelerini kullanmakta ve gençlerin % 60'ı, genç yetişkinlerin % 67'si her gün veya daha fazla bu siteleri ziyaret etmektedir. Yetişkinlerin ise % 30'u (18+) sosyal paylaşım sitelerini kullanmaktadır (Li vd., 2007:2). Benzer bir araştırma Türkiye'de yapılmıştır. Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde bulunan internet kurulu tarafından, ODTÜ (Ortadoğu Teknik Üniversitesi) ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'nın destekleriyle yapılan "Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu" (2011:1)'na göre çocukların neredeyse %70'i gün içinde en az bir kez internet kullanmakta, internet kullanan bu çocukların % 66'sı ise gün içinde az bir kere sosyal ağları kullanıp ve sosyal medyada ortalama 72 dakika zaman geçirmektedir. En fazla kullanılan sosyal ağ %99'luk kullanım oranıyla Facebook'dur. Facebook'un en yoğun kullanım amaçları ise Smock vd. (2011: 2322) tarafından rahatlatıcı eğlence, etkileyici bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşim olarak bulgulanmıştır.

Farklı amaçlarla kullanılan sosyal medyanın (sosyalleşme, kaçış, bilgilenme, eğlenme, iletişim, vakit geçirme) (Hazar, 2011:151) kullanıcı sayısı ve kullanım süresi her geçen gün katlanarak artmaktadır. Bu artış, yapılan pek çok çalışmada görüldüğü üzere beraberinde pek çok değişim ve etkiyi getirmektedir. Işıktaş (2016)'ın üniversite öğrencileri örneklemini kullanarak yaptığı çalışmada öğrenciler, iletişim, sosyalleşme, haberleşme, paylaşım, kendini ifade etme ve psikolojik rahatlamayı sosyal medyanın olumlu etkileri olarak, gereğinden fazla zaman harcama, ders verimliliğini düşürme, ilginin dağılması, sosyalleşmeyi engelleme şeklinde de olumsuz etkiler olarak belirtmişlerdir (Işıktaş; 2016:573). "Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu" (2011:11)'nda ise çocukların % 62'si sosyal medyanın kendilerini olumsuz etkilemediğini belirtmişlerdir. Olumsuz etkilediğini belirten %36'lık grup ise bu etkileri; derslerine yeterince zaman ayıramama (%60), arkadaşlarına yeterince zaman ayıramama (%24), ailesine yeterince zaman ayıramama (%21), yaşına uygun olmayan bilgi ve içerikle karşılaşma (%17), sosyal etkinliklere yeterince zaman ayıramama (%10) olarak belirtmişlerdir. Yeniçiftçi (2016) 927 kişi ile yaptığı çalışmasında sosyal medya kullanım amaçlarını, sohbet etme, zaman geçirme ve bilgi kaynaklarına erişim şeklinde bulgularken en çok kullanılan sosyal medya Facebook'un kullanım amaçlarını bilgi verme, bilgi alma, iletişim/sosyallik, bağlantı kurma/gözlem, eğlenme/vakit geçirme ve merak olarak bulgulamıştır ve dikkat çeken bir araştırma bulgusu araştırmaya katılan katılımcıların günlük ortalama 3 saat sosyal medyada vakit geçirmeleridir.

Bireyler arasında artan sosyal medya kullanımını bağımlılık olarak niteleyen Beyens vd. (2016:1), bu bağımlılığın nedenini bireylerin sosyal ihtiyaçlarını tatmin etme istekleri, istikrarlı kişiler arası ilişkiler kurma ve sürdürme ihtiyacı, popülerliğe duyulan ihtiyaç olarak belirtmektedir.

Sosyal medya kullanımını tetikleyen bir diğer etken ise 2013 yılında Oxford sözlüğüne giren (Ulaştırın, 2017) FoMO (*Fear Of MissingOut*) yani *kaçırma korkusudur* (Przybylski vd., 2013:1841). Sürekli kaçırma korkusu yaşayan bireylerde çok fazla sosyal katılımı vadeden sosyal medya katılımı çekici gelebilmektedir (Przybylski vd., 2013:1841).

Bireylerin sosyal olarak dışlanma korkuları sonucu oluşan FoMO (Blackwell, 2017:69) "başkalarının kendisi yokken güzel bir deneyimi yaşabileceğine dair endişe" (Przybylski vd., 2013:1841) "heyecan verici ya da ilginç bir olayın şu anda başka bir yerde gerçekleşebileceği endişesi" (Oxford Sözlük) olarak tanımlanmakta ve kişilerin bir şeyi kaçırmamak için sürekli sosyal medya üzerinden iletişim kurmalarıyla sonuçlanmaktadır (Wiesner, 2017:5; Oberst, 2017). Bireylerin bir gruba ait olma ihtiyacından doğan FoMO'nun giderilmesinde sosyal medya çok etkin rol oynamaktadır (Wiesner, 2017:5).

Yüksek etkileşim, sürekli bağlantı ve düşük düzey anlaşmazlık özellikleriyle sosyal medyaya yönelmek, kaçırma korkusu yüksek olan bireyler için önemli nedenlerdir (Przybylski vd., 2013:1841). Yapılan çalışmalarda bu yönelimi doğrular niteliktedir (Oberst, 2017; Blackwell, 2017; Beyens, 2016; Alt, 2015; Przybylski vd., 2013;). Przybylski vd. (2013) çalışmalarında FoMO'yu sosyal medya katılımıyla güçlü bir şekilde bağlantılı bulmuş, sosyal medya etkileşimine aracılık ettiği ve ders sırasında sosyal medya kullanımını etkilediğini bulgulamışlardır. Facebook kullanımı FoMO ilişkisinin araştırıldığı çalışmada (Beyens, 2016), FoMO'su yüksek ergenlerin daha yoğun Facebook kullandıkları, Facebook'ta popüler

olmadıklarında daha fazla stres yaşadıkları ve çevrimiçi olmadıklarında daha fazla stres yaşadıkları bulgulanmıştır. Bu çalışma bulgularına dayanarak bu çalışma üniversite öğrencilerinin FoMO düzeylerinin sosyal medya tutumlarına etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Üniversite öğrencisi örnekleme kullanılarak yaptığı çalışmada Alt (2017) üniversitede farklı dinlere sahip öğrencilerin FoMO düzeyleri ile sosyal medya etkileşimleri arasında farklılık aradığı çalışmasında özellikle azınlık öğrencilerin ders esnasında daha çok sosyal medya kullandıklarını ve FoMO düzeylerinin daha yüksek olduğunu bulgulanmıştır.

Çalışmalar göstermektedir ki sosyal medya etkileşimleri ile FoMO arasında hangisinin neden hangisinin sonuç olduğu belli olmaksızın önemli ilişki bulunmaktadır. Bu amaç doğrultusunda bu çalışmada “üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkuları sosyal medyaya ilişkin tutumlarını etkileyeceği varsayılarak bu ilişki araştırılmıştır.

1.ARAŞTIRMA

1.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Özellikle gençlerin hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelen yoğun sosyal medya kullanımının öğrenciler üzerinde büyük etkileri olabileceği düşünülmektedir. Sosyal medya da geçirilen gereğinden fazla zaman, ders verimliliğinde düşme, aileye yeterince zaman ayıramama, uygunsuz içeriklerle karşılaşma ve sosyalleşmeyi engelleme gibi olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Sosyal medya katılımı ile yüksek şekilde ilişki olabilecek gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumları üzerine etkisinin araştırılması üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarına yönlendiren etkenlerin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır.

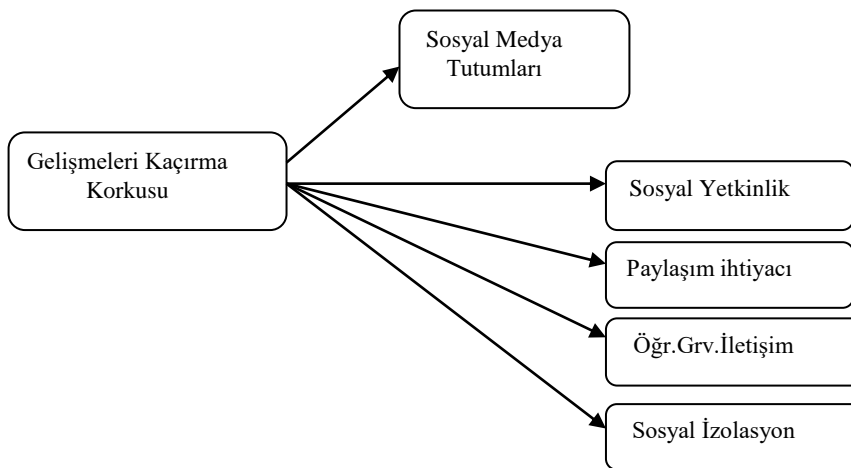
Bu araştırma üniversite öğrencilerinin gelişmeleri kaçırma korkularının sosyal medya tutumları üzerinde anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığını ve varsa etki düzeyini belirleyerek literatüre bu alanda katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

1.2.Araştırma Modeli

Araştırma için 24.04.2019 tarih ve 22 karar numarası ile etik kurul izni alınmış, veri toplama yöntemi olarak nicel veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014:93) ve değişkenler arasındaki ilişkinin araştırıldığı bağıntısal araştırma modeli kullanılmıştır (Gurbetoğlu, 2018).

Araştırma kapsamında araştırılacak model şekil 1’de verilmiştir.

Şekil 1.Araştırma Modeli



Araştırma modeli çerçevesinde sınanacak hipotezler;

H1: Öğrencilerin gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) sosyal medya tutumlarını olumlu etkiler.

H2. Öğrencilerin gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) sosyal medya tutumlarının alt boyutlarını olumlu etkiler.

1.3.Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. 2018-2019 eğitim/öğretim döneminde ilgili fakültede öğrenim gören toplam öğrenci sayısı 450'dir. Çalışmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile 400 öğrenciye anket formu verilmiş ve toplamda 346 kullanılır anket formuna ulaşılmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014;89) 500 kişilik bir evren büyüklüğünü temsil eden örneklem sayısını 0.05 anlamlılık düzeyinde ve 0.03 örneklem hatasında 341 olarak belirtmiştir. Dolayısıyla örneklem sayımız evreni temsil edecek düzeydedir.

1.4.Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan 10 sorudan oluşan FoMO ölçeği Przybylski tarafından geliştirilmiş olup, beşli likert tarzı bir ölçektir. Türkçe geçerlilik-güvenirlilik çalışması Gökler vd. (2016) tarafından 200 üniversite öğrencisi örneklemini kullanılarak yapılmıştır. Ölçeğin geçerlilik analizinde AFA'da tek boyutlu bir yapı ortaya konulmuş ve tek boyutlu bu yapı toplam varyansın %39.4'ünü açıklamıştır (Gökler vd., 2016:56).

Ölçekteki her soru 1- 5 puan arasında puanlandırılacak olup, alınan puan yükseldikçe "bireyin gelişmeleri kaçırma korkusu yükselmiştir" şeklinde değerlendirilecektir. Gökler vd. (2016:57) Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısını 0,81 olarak saptamıştır.

Araştırmada kullanılan sosyal medya tutum ölçeği ise Otrar ve Arğın tarafından 13-18 yaş aralığında 302 ortaokul ve lise öğrencisi örneklemini kullanılarak geliştirilen 5'li likert tipi bir ölçektir. Ölçeğin geçerlilik analizinde 23 maddeden oluşan 4 boyutlu bir yapı ortaya konulmuş ve 4 boyutlu yapının toplam varyansın %56,65'ini açıkladığı belirtilmiştir (Otrar ve Arğın, 2015-391-393).

Ölçekte yer alan her madde 1- 5 puan arasında puanlandırılmaktadır. Ölçekten alınan puan arttıkça "bireyin sosyal medya ilgisi" artmaktadır şeklinde değerlendirilecektir. Ölçekte yer alan ters sorular düzeltilerek kodlanmıştır. Otrar ve Arğın (2015) ölçeğin cronbach alfa katsayısını 0,85, "paylaşım ihtiyacı boyutu" için 0,80; "sosyal yetkinlik boyutu" için 0,81; "sosyal izolasyon boyutu" için 0,79 ve "öğretmenlerle ilişki boyutu" için 0,81 olarak bulmuştur (Otrar ve Arğın, 2015-395).

Sosyal yetkinlik boyutu kişinin sosyal medya üzerinden kendini ifade etmesi sonucu yaşadığı yeterlilik hissidir. Paylaşım ihtiyacı boyutu sorulardan yola çıkarak bireylerin sosyal medyada paylaşım yaparak mutlu olmaları durumunu yansıtmaktadır. Öğretim görevlileriyle ilişki boyutu öğrencinin öğretim görevlilerinin kendisini sosyal medyada takip ettiğini düşünüp mutlu olmasıdır. Sosyal izolasyon boyutu ise insanların sosyal medyayı kullanarak kendilerini soyutlayıp izole etmesidir.

Bu çalışmadan elde edilen verilere dayanarak ölçeklerin güvenilirlik analizinde kullanılan Alfa Katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanmıştır (Kayış, 2010: 403):

- ✓ $0,00 \leq \alpha < 0,40$ arası güvenilir değil.
- ✓ $0,40 \leq \alpha < 0,60$ arası güvenilirliği düşük.
- ✓ $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arası oldukça güvenilir.
- ✓ $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arası yüksek derecede güvenilir.

Bu kapsamda ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

| Ölçek | Cronbach α Değeri | Sonuç |
|--|--------------------------|---------------------------|
| Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO) Ölçeği | 0,83 | Yüksek derecede güvenilir |
| Sosyal Medya Tutum Ölçeği | 0,76 | Oldukça güvenilir |
| Paylaşım İhtiyacı Boyutu | 0,83 | Yüksek derecede güvenilir |
| Sosyal Yetkinlik Boyutu | 0,83 | Yüksek derecede güvenilir |
| Öğretim Görevlileriyle İletişim Boyutu | 0,79 | Oldukça güvenilir |
| Sosyal İzolasyon Boyutu | 0,79 | Oldukça güvenilir |

Elde edilen veriler ışığında çalışmada kullandığımız veri toplama araçlarının güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

1.5.Verilerin Analizi

Araştırma verileri SPSS (22) programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ilişkin dağılımları ve buna ilişkin frekans ve yüzdeleri verilmiştir. Araştırmada Pearson korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

2.BULGULAR

2.1.Demografik Bulgular

Araştırma kapsamındaki öğrencilerin demografik özelliklerine ait bilgiler tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

| Özellikler | Değişkenler | F | % |
|---------------|-------------------|-----|------|
| Cinsiyet | Kadın | 279 | 80,6 |
| | Erkek | 67 | 19,4 |
| Yaş | 18 Yaş | 35 | 10,1 |
| | 19 Yaş | 72 | 20,8 |
| | 20 Yaş | 82 | 23,7 |
| | 21 Yaş | 73 | 21,1 |
| | 22 Yaş | 46 | 13,3 |
| | 23 Yaş | 24 | 6,9 |
| | 24 Yaş ve Üzeri | 14 | 4,1 |
| Okuduğu Sınıf | 1.Sınıf | 157 | 45,4 |
| | 2.Sınıf | 75 | 21,7 |
| | 3.Sınıf | 60 | 17,3 |
| | 4.Sınıf | 54 | 15,6 |
| Okuduğu Bölüm | Hemşirelik | 258 | 74,6 |
| | Sağlık Yönetimi | 41 | 11,8 |
| | Besl. ve Diyet. | 47 | 13,6 |
| Yaşanılan Yer | Aile Yanı | 50 | 14,5 |
| | Yurt | 270 | 78,0 |
| | Arkadaşlarla Evde | 15 | 4,3 |
| | Akraba Yanı | 4 | 1,2 |
| | Evde Tek | 7 | 2,0 |

Tablo 2’ye göre katılımcıların çoğunluğu (%80,6) kadındır. Katılımcıların yaş dağılımları değerlendirildiğinde en büyük çoğunluk 20 yaş (%23,7) grubuna ait olsa da, 21 yaş (%21,1) ve 19 yaş (20,8) grubunun katılımcı sayıları birbirine oldukça yakındır. Katılımcıların % 45,4’ü 1. sınıf öğrencisi ve %74,6’sı hemşirelik bölümü öğrencisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Son olarak öğrencilerini %78’i yurtda kalarak eğitim hayatına devam etmektedir.

2.3.Korelasyon ve Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenimiz olan gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumu ile arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, varsa bu ilişkinin derecesini belirlemek için “Pearson Korelasyon Analizi” yapılmıştır. Korelasyon analizinde amaç; bağımsız değişken değiştiğinde bağımlı değişkenin ne yönde değişeceğini görmektir (Sungur, 2010:115). Değişkenlerin sürekli olması ve normal dağılımları korelasyon analizi yapabilmek için gereklidir (Sungur, 2010:115). FoMO ölçeğinin çarpıklık değeri (-,269), basıklık değeri (-,229) ve sosyal medya ölçeğinin çarpıklık değeri (,070), basıklık değeri (,316) -1 ve +1 arasında yer aldığı için verilerin normal dağıldığı varsayılmıştır (Erdoğan ve İraz, 2019:161).

Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir ve 1 ile +1 arasında değer alır. Pearson korelasyon katsayısı; 0,00-0,25 arası çok zayıf, 0,26-0,49 zayıf ilişki, 0,50-0,69 orta düzey ilişki, 0,70-0,89 yüksek düzey ilişki ve 0,90-1,00 çok yüksek ilişki şeklinde yorumlanacaktır (Sungur, 2010:116).

Tablo 3. FoMO ve Sosyal Medya Tutumları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

| Pearson Korelasyon Analizi | Sosyal Yetkinlik Boyutu | Paylaşım İhtiyacı Boyutu | Öğretim Grv.İletişim Boyutu | Sosyal İzolasyon Boyutu | SMT |
|----------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------|
| FoMO | ,241** | ,294** | ,265** | -,110** | ,324** |

** Correlation Is Significant At The 0,01 Level (2-Tailed)

Araştırma sonuçlarına göre sağlık hizmetleri fakültesi öğrencilerinin FoMO ile sosyal medya tutumları arasında pozitif anlamlı ve zayıf düzey ilişki bulunmuştur ($r=0,324$; $p<0,01$). FoMO ile sosyal medya tutumu boyutlarından olan sosyal yetkinlik arasında pozitif anlamlı ve çok zayıf düzey ilişki ($r=0,241$; $p<0,01$), paylaşım ihtiyacı boyutu ile FoMO arasında pozitif anlamlı ve zayıf düzey ilişki ($r=0,294$; $p<0,01$), öğretim görevlileriyle iletişim boyutu ile FoMO arasında pozitif anlamlı ve zayıf düzey ilişki ($r=0,294$; $p<0,01$) ve son olarak sosyal izolasyon boyutu ile FoMO arasında negatif anlamlı ve çok zayıf düzey ilişki ($r=-0,110$; $p<0,01$) bulunmuştur.

Bir bağımlı değişken ile bir bağımsız değişken arasındaki ilişkilerin açıklanması için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. FoMO ve Sosyal Medya Tutumları Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayı | | Standardize Katsayı | t | Anlam Düzeyi |
|---------------------------------------|-------------------------------|-----------------------|---------------------|--------|--------------|
| | B | Std. Hata | Beta | | |
| Sabit | 2,406 | ,096 | | 25,013 | ,000 |
| FoMO | ,226 | ,036 | ,324 | 6,353 | ,000 |
| Bağımlı Değişken: Sosyal Medya Tutumu | | | | | |
| F Değeri: 40,356 | | p:0,00 | | | |
| R= ,324 | | R ² = ,105 | | | |

Tablo 4'deki F değeri 40,356 ve p değeri $0,00<0,05$ olduğundan oluşturulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistiklerine ($t= 6,353$ $p=,00<0,05$) göre; gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumlarına etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır.

Değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki ($r=0,324$) vardır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan $R^2= 0,105$ olarak hesaplanmıştır. Yani sosyal medya tutumlarındaki değişimlerin %10'u FoMO düzeyi ile açıklanmakta ve FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış sosyal medya tutumunu 0,226 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumu alt boyutu olan sosyal yetkinlik ile arasındaki regresyon analizi sonuçları tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. FoMO İle Sosyal Yetkinlik Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayı | | Standardize Katsayı | t | Anlam Düzeyi |
|---|-------------------------------|-----------------------|---------------------|-------|--------------|
| | B | Std. Hata | Beta | | |
| Sabit | 1,755 | ,181 | | 9,697 | ,000 |
| FoMO | ,308 | ,067 | ,241 | 4,604 | ,000 |
| Bağımlı Değişken: Sosyal Yetkinlik Boyutu | | | | | |
| F Değeri: 21,201 | | p:0,00 | | | |
| R= ,241 | | R ² = ,058 | | | |

Tablo 5'deki F değeri 21,201 ve p değeri $0,00 <0,05$ olduğundan oluşturulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistiklerine ($t= 4,604$; $p=,00<0,05$) göre; FoMO'nun sosyal yetkinlik boyutuna etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır.

Değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki ($R=0,241$) vardır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan $R^2= 0,058$ olarak hesaplanmıştır. Yani sosyal yetkinlik boyutundaki değişimlerin %058'i FoMO düzeyi ile açıklanmakta ve FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış sosyal yetkinlik düzeyini 0,308 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumu alt boyutu olan paylaşım ihtiyacı ile arasındaki regresyon analizi sonuçları tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. FoMO İle Paylaşım İhtiyacı Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayı | | Standardize Katsayı | t | Anlam Düzeyi |
|--|-------------------------------|-----------------------|---------------------|--------|--------------|
| | B | Std. Hata | Beta | | |
| Sabit | 2,377 | ,159 | | 14,963 | ,000 |
| FoMO | ,335 | ,059 | ,294 | 5,708 | ,000 |
| Bağımlı Değişken: Paylaşım İhtiyacı Boyutu | | | | | |
| F Değeri: 32,584 | | p:0,00 | | | |
| R= ,294 | | R ² = ,087 | | | |

Tablo 6'daki F değeri 32,584 ve p değeri 0,00 <0,05 olduğundan oluşturulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistiklerine (t= 5,708; p=,00<0,05) göre; FoMO'nun paylaşım ihtiyacı boyutuna etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır.

Değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki (R=0,294) vardır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R²= ,087 olarak hesaplanmıştır. Yani paylaşım ihtiyacı boyutundaki değişimlerin %087'si FoMO düzeyi ile açıklanmakta ve FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış paylaşım ihtiyacı düzeyini 0,335 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumu alt boyutu olan öğretim görevlileriyle iletişim boyutu ile arasındaki regresyon analizi sonuçları tablo 7' de verilmiştir.

Tablo 7. FoMO İle Öğretim Görevlileri İle İletişim Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayı | | Standardize Katsayı | t | Anlam Düzeyi |
|--|-------------------------------|-----------------------|---------------------|-------|--------------|
| | B | Std. Hata | Beta | | |
| Sabit | 1,746 | ,214 | | 8,151 | ,000 |
| FoMO | ,403 | ,079 | ,265 | 5,091 | ,000 |
| Bağımlı Değişken: Öğretim Görevlileri İle İletişim | | | | | |
| F Değeri: 25,921 | | p:0,00 | | | |
| R= ,265 | | R ² = ,070 | | | |

Tablo 7'deki F değeri 25,921 ve p değeri 0,00 <0,05 olduğundan oluşturulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistiklerine (t= 5,091; p=,00<0,05) göre; FoMO'nun öğretim görevlileri ile iletişim boyutuna etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır.

Değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki (R=0,265) vardır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R²= ,070 olarak hesaplanmıştır. Yani öğretim görevlileri ile iletişim boyutundaki değişimlerin %070'i FoMO düzeyi ile açıklanmakta ve FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış öğretim görevlileri ile iletişim düzeyini 0,403 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusunun sosyal medya tutumu alt boyutu olan sosyal izolasyon ile arasındaki regresyon analizi sonuçları tablo 8' de verilmiştir.

Tablo 8. FoMO İle Sosyal İzolasyon Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayı | | Standardize Katsayı | t | Anlam Düzeyi |
|---|-------------------------------|-----------------------|---------------------|--------|--------------|
| | B | Std. Hata | Beta | | |
| Sabit | 3,426 | ,120 | | 28,633 | ,000 |
| FoMO | -,091 | ,044 | -,110 | -2,049 | ,041 |
| Bağımlı Değişken: Sosyal İzolasyon Boyutu | | | | | |
| F Değeri: 4,200 | | p:0,041 | | | |
| R= ,110 | | R ² = ,012 | | | |

Tablo 8'deki f değeri 4,200 ve p değeri $p=,04<0,05$ olduğundan oluşturulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına işaret eden t istatistiklerine ($t= -2,049$; $p=,04<0,05$) göre; FoMO'nun sosyal izolasyon boyutuna etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır.

Değişkenler arasında negatif yönlü ilişki ($R=0,110$) vardır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan $R^2= ,012$ olarak hesaplanmıştır. Yani sosyal izolasyon boyutundaki değişimlerin %012'i FoMO düzeyi ile açıklanmakta ve FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış sosyal izolasyon düzeyini 0,091 birim azaltmaktadır şeklinde yorumlanmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi'nde okuyan 450 öğrencinin gelişmeleri kaçırma korkularının sosyal medya tutumlarını nasıl etkilediğini araştırdığımız bu çalışmada öğrencilerin gelişmeleri kaçırma korkularının sosyal medya tutumlarını etkilediği ortaya konulmuştur.

Araştırmamızda gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) ile sosyal medya tutumları arasında yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki bulgulanmıştır. Çalışma bulgumuz literatür ile uyumlu bulunmuştur (Oberst, 2017; Blackwell, 2017; Alt, 2017; Beyens, 2016; Alt, 2015; Przybylski vd., 2013) Tanrıku (2018) lise ve üniversite öğrencileri örneklemini kullanarak yaptığı çalışmada FoMO ve sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif ilişki bulgulanmıştır. 17 yaş üstü 5280 sosyal medya kullanıcısı ile yaptığı çalışmada Oberst vd. (2017) FoMO ile sosyal medya bağımlılığı arasında yine pozitif anlamlı ilişki bulgulanmıştır. "Dışa Dönüklük, Nevrotiklik, Bağlanma Tarzı ve Sosyal Medya Kullanımı ve Bağımlılığının Yordayıcıları Olarak Yoksun Olma Korkusu" başlıklı çalışmada Blackwell vd. (2017) 17-49 yaş arasında 207 katılımcı ile yaptıkları çalışmalarında yine FoMO ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif anlamlı ilişki bulgulanmışlardır. Daha önceki çalışma sonuçlarına ve bu çalışma bulgularına dayanarak gelişmeleri kaçırma korkuları yüksek olan bireylerde sosyal medya bağımlılığının arttığı söylenebilir.

Araştırmamızda sosyal medya tutumlarının alt boyutları ile FoMO arasındaki ilişki araştırılmıştır. İlk olarak FoMO ile sosyal medya tutumu alt boyutlarından sosyal yetkinlik boyutu ilişkisi araştırılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda FoMO ile sosyal yetkinlik arasında pozitif anlamlı ve çok zayıf düzey ilişki ($r=0,241$; $p<0,01$) bulgulanmış, regresyon analizi ile de FoMO'nun sosyal yetkinliği açıklama oranı $R^2= 0,058$ olarak bulgulanmıştır. FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış sosyal yetkinlik düzeyini 0,308 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmıştır. Literatürde benzer bir çalışma Altınay Bor (2018) tarafından yapılmış. Ruppel ve Burke (2014) çalışmalarında sosyal yetkinliği yüksek olan bireylerin daha fazla Facebook iletişimi kullandığını ifade etmişlerdir. Sosyal medya kişilerin ayrı birer kişilik oluşturmasına izin vermesi açısından çok önemli bir platformdur ve bu durumun kişilerin sosyal medya bağımlılığını artıran bir sebep olması kuvvetle muhtemeldir. Bu nedenle yüksek düzeyde kaçırma korkusu olan bireylerde sosyal yetkinlik hissini yüksekliği muhtemel bir durumdur. Bu bağlamda FoMO düzeyi yüksek olan kişilerin yüksek sosyal yetkinliğe sahip oldukları söylenebilir.

FoMO ile sosyal medya tutumu alt boyutlarından paylaşım ihtiyacı boyutu ilişkisi araştırılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda FoMO ile paylaşım ihtiyacı arasında pozitif anlamlı ve zayıf düzey ilişki ($r=0,294$ $p<0,01$), bulgulanmış, regresyon analizi ile de FoMO'nun paylaşım ihtiyacını açıklama oranı $R^2= 0,087$ olarak bulgulanmıştır. FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış paylaşım ihtiyacını düzeyini 0,335 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmıştır. Altınay Bor (2018) çalışmada FoMO ile paylaşım ihtiyacı arasında negatif ilişki bulgulanmış ve FoMO düzeyi yüksek olan kişilerin sosyal medyada paylaşım yapmaktan çok takip etme davranışı sergiledikleri şeklinde yorumlanmıştır. Sosyal medyayı devamlı etme ve paylaşım yapma isteği FoMO hastalığının hem belirtisi (Akgül, 2016) hem de hastalığı tetikleyen bir etmen (Tarhan, 2015) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan bir bireyin paylaşım yapması hastalığın gelişmesinde ve devam etmesinde temel etkenler arasında sayabiliriz. Aynı zamanda kişinin yarattığı farklı kimliği devam ettirmek ve farklı kimliğinin beğenilmesi ihtiyacı ancak sosyal medya paylaşımı yaparak tatmin edilebilmektedir. Gelişmeleri kaçırma korkusu olan bireyler yalnızlık duygusu ile başa çıkabilmek için, sevgi ve şefkati sosyal ağlardaki paylaşımlarla tamamlamaya çalışmaktadırlar (Yıldırım ve Kışioğlu; 2018). İki kavram arasında net bir şekilde neden sonuç ilişkisi olmasa da gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan bireylerin daha yüksek sosyal medya paylaşımı yapması muhtemel gözükmektedir.

FoMO ile sosyal medya tutumu alt boyutlarından öğretim görevlileriyle ilişki boyutu ilişkisi araştırılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda FoMO ile öğretim görevlileriyle ilişki boyutu arasında zayıf

düzye ilişki ($r=0,294$; $p<0,01$) bulgulanmış, regresyon analizi ile de FoMO'nun öğretim görevlileriyle iletişim düzeyini açıklama oranı $R^2= 0,070$ olarak bulgulanmıştır. FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış öğretim görevlileriyle iletişim düzeyini 0,403 birim artırmaktadır şeklinde yorumlanmıştır. Altınay Bor (2018) çalışmasında FoMO ile öğretim görevlileriyle iletişim arasında negatif ilişki bulgulanmıştır. Gelişmeleri kaçırma korkusu yüksek olan bireyler başkaları tarafından beğenilme isteği fazla olan kişilerdir (Yıldırım, 2016) ve FoMOSürekli beğenilme isteği ile karakterizedir (Karabulut, 2015). Öğrenciler için mentor görevi gören öğretim görevlileri tarafından takdir edilmesi öğrencileri mutlu eden bir durumdur. Öğrencinin sosyal medya üzerinden yaptığı bir paylaşımın öğretim görevlisi tarafından beğenilmesi, öğrencinin mutlu olmasına neden olabilmektedir. Çünkü sosyal medyada yapılan paylaşımların beğeni oranının düşük olması insanların mutsuzluğuna yol açabilmektedir (Çiftci, 2018). Bu bağlamda bireyler sosyal medyada beğenilmesi özellikle rol model aldıkları bireyler tarafından beğenilmesi sosyal medya bağımlılıklarını artırabilecek bir faktör olarak görmek mümkündür. Bu bağlamda gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan öğrencilerin öğretim görevlileri ile sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimde gelişmeleri kaçırma korkusu yaşamaları beklenen bir sonuçtur.

FoMO ile sosyal medya tutumu alt boyutlarından sosyal izolasyonboyutu ilişkisi araştırılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda FoMO ile sosyal izolasyon arasında negatif anlamlı ve çok zayıf düzey ilişki ($r=-0,110$; $p<0,01$) bulgulanmış, regresyon analizi ile de FoMO'nun sosyal izolasyon boyutunu açıklama oranı $R^2= 0,012$ olarak bulgulanmıştır. FoMO düzeyindeki 1 birimlik artış paylaşım ihtiyacını düzeyini 0,091 birimazaltmaktadır şeklinde yorumlanmıştır. Sosyal medyada vakit geçirme artıka artan depresyon oranının nedenlerinden birinin sosyalizolasyon olabileceği düşünülmektedir (Şahin, 2018). Çünkü telefonlar kullanıldıkları sürece bireye geçici mutluluk sağlayan cihazlardır. Kullanılmadıkları zaman ise insan iletişimden farklı olarak insanların mutsuzluğuna yol açabilmektedirler. Aşırı telefon kullanımı insanları insani iletişimden yoksun bırakarak toplumdaki izole olmasına neden olmaktadır (Ayaz, 2018). Dolayısıyla özellikle yüksek düzeyde gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan kişilerin sosyal medyada daha fazla vakit geçirmeleri toplumdaki izole olmalarına yol açacaktır. Ancak insanların sosyal medyada yaratılan sanal ortamın gerçekliğine inanmaları ve etraflarına örülen demir kafeslerin farkına varmamaları sosyal yönden izole olduklarının farkına varmamalarına neden olabilmektedir (Ünlü, 2018). Ankete cevap veren öğrencilerinde bu bağlamda toplumdaki izole olduklarının farkına varmamaları ve izole olmadıkları yönünde cevap vermeleri gelişmeleri kaçırma korkuları ile sosyal izolasyonları arasında negatif bir ilişkinin ortaya çıkmasına neden olması muhtemeldir.

Öğrencilerin gelişmeleri kaçırma korkularının sosyal medya tutumları ile ilişkisini araştırılan bu çalışmada beklenildiği gibi iki kavram birbirleriyle ilişkili çıkmıştır. FoMO'nun en yüksek etkilediği sosyal medya tutum boyutu öğretim görevlileriyle iletişim boyutu olarak bulgulanırken, paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinlik boyutları ikinci ve üçüncü en yüksek etki bulgulanan boyutlar olarak tespit edilmiştir. Literatürde özellikle FoMO ile ilgili çalışmaların son derece yetersiz olduğu ve sosyal medya tutumları ile ilgili çalışmaların ise daha çok bireysel özelliklerle ilişkilendirilen çalışmalar olduğu göze çarpmıştır. İki kavram arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışma sayısı son derece yetersizdir. Ayrıca sınırlı sayıda bulunan çalışmalar arasında sosyal medya tutumları genellikle bir bütün olarak ele alınmış ve alt boyut olarak irdelemenin yapıldığı tek bir çalışmaya rastlanmıştır. Altınay Bor (2018) tarafından yapılan bu tez çalışmada ise örneklem ortaöğretim öğrencileridir. Dolayısıyla bu çalışma üniversite öğrencileri örneklemini kullandığı ve sosyal medya tutumlarını alt boyut bazında incelemesi nedeniyle özgün niteliktedir ve literatüre yüksek düzeyde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Ancak sonuçların sadece araştırma kapsamına alınan grubu temsil ettiği ve bu bağlamda genelleme yapılırken dikkatli olunması önerilmektedir. İki kavram ile ilgili çalışmaların farklı değişkenlerle ilişkisinin araştırılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ada, Serkan ve Abul, Akın (2014) “İşletmelerde Sosyal Medya Kullanımı: İşletme Bölümü Öğrencilerinin Algıları Üzerine Bir Araştırma”. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(1), s.316-327.
- Akgül, Ömer (2016) “FoMO (Fear Of Missing Out)”, Erişim Adresi: <http://ruhsagligidernegi.org/fomo-fear-of-missing-out/> Erişim Tarih:17.07.2019.
- Alt, Dorit (2017). “Students’ Social Media Engagement And Fear Of Missing Out (Fomo) İn A Diverse Classroom”. Journal of Computing in Higher Education, 29(2), s.388-410.
- Altınay Bor, Hilal (2018). “Ergenlerde Sosyal Medyaya Yönelik Tutum, Sosyal Medya Kullanımında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkiler”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ayaz, M.Bayram (2018) “Fomo Olduğunuzu Nasıl Anlarsınız?” Erişim Adresi: <http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bilimveteknoloji/953795/FOMOoldugunuzunasilanlarsiniz.html>. Erişim Tarihi:17.07.2019.
- Beyens, Ine, Eline Frison, and Steven Eggermont (2016) “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. Computers in Human Behavior, s.64, 1-8.
- Blackwell, David, Leaman, Carriel, Tramosch, Rose, Osborne, Ciera, & Liss, Miriam (2017) “Extraversion, Neuroticism, Attachment Style And Fear Of Missing Out As Predictors Of Social Media Use And Addiction”, Personality And Individual Differences, 116, s.69-72.
- Boyd, Danah M., and Ellison Nicole B. (2007) “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), s.210-230.
- Büyüksener, Ercüment (2009). “Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış”, XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri, Bilgi Üniversitesi, s.12-13.
- Konsensus Araştırma Şirketi (2011),”Çocukların Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu” Erişim Adresi: <https://docplayer.biz.tr/7446995-Cocukların-sosyal-paylaşım-sitelerini-kullanım-alışkanlıkları-arastırma-si-raporu.html>. Erişim Tarihi:18.07.2019.
- D’Souza, Quentin, (2006) Web 2.0 Ideas For Educators, A Guideto RSS And More. Version 2.0, In Meeting of the K12. Retrievedfrom<http://www.teachinghacks.com/audio/100ideasWeb2educators.pdf>.
- Edosomwan, Simeon, Prakasan, Sitalaskshmi Kalangot, Kouame, Doriane, Watson, Jonelle, & Seymour, Tom (2011). “The History Of Social Media And Its Impact On Business”, Journal of Applied Management and Entrepreneurship, 16(3), s.79-91.
- Erdoğan, Pınar ve İraz, Rıfat (2019) “ Örgütsel Vatandaşlık, Örgütsel Sinizm Ve Tükenmişliğe Pozitif Psikolojik Sermaye Etkisi” Eğitim Yayınevi, Konya
- Eren, Veysel ve Aydın, Abdullah (2014) “Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler”, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2014(3), 197-205.
- Ergenç, Ayfer (2011) “Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği”,Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul .
- Gökler, Mehmet Enes, Aydın, Reşat, Ünal, Egemen ve Metintaş, Selma (2016) “ Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe Sürümünün Geçerlilik Ve Güvenilirliğinin Değerlendirilmesi” Anadolu Psikiyatri Dergisi, 17(1), s.52-59.
- Hazar, Murat (2011). “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 32(1), s.151-176.
- Işıktaş, Serdal (2016) “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 35(4), s.565-575.
- Global Digital Report (2019).Erişim Adresi: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.Erişim Tarihi:01.11.2019.
- Gurbetoğlu, Ali (2018) “Bilimsel Araştırma Yöntemleri”, Erişim Adresi: <http://agurbetoglu.com/files/2-%20ARA%20C5%9C%20T%20C3%9C%20R%20L%20E%20R%20C4%B0.pdf>, E.T.19.09.2019

- Karabulut, Gamze (2015) “Bunları Yapıyorsanız FOMO Hastası Olabilirsiniz” Erişim Adresi: <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/saglik/bunlari-yapiyorsunuz-fomo-hastasi-olabilirsiniz-40027841>, E.T.17.07.2019.
- Kayış, Aliye(2010) “Güvenilirlik Analizi”, (Editör: Şeref Kalaycı) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri.(5. Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti. s:403-426.
- Li, Charlene, Bernoff, Josh , Pflaum, Cynthia, &Glass, Sarah (2007) “How Consumers Use Social Networks Sarah” Forrester Research. June, 21, 2007.
- Mayfield, Antony (2008), “What is Social Media”, iCrossing, e-book, s. 6. Erişim Adresi:http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, ErişimTarihi:09.07.2019.
- Merchant, Nilofer (2013). “What We Talk About When We Talk About “Social”. Erişim Adresi: <https://hbr.org/2013/02/what-we-talk-about-when-we-tal>. E.T.18.07.2019
- Newson, Alex, Houghton, Deryck and Patten, Justin (2008) “Blogging And Other Social Media: Exploiting The Technology And Protecting The Enterprise”. Gower Publishing, Ltd.
- Otrar, Mustafa ve Argın, F. Süleyman (2015). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 4(1), s.391-403.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). “Negative Consequences From Heavy Social Networking In Adolescents: The Mediating Role Of Fear Of Missing Out”, Journal of adolescence, 55, s.51-60.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., &Gladwell, V. (2013). “Motivational, Emotional, Andbehavioralcorrelates Of Fear Of Missingout”, Computers in Human Behavior, 29(4), s.1841-1848.
- Ruppel, E. K.,&Burke, T. J. (2014). Complementary Channel Use And The Role Of Social Competence. Journal of Computer-Mediated Communication, 20(1), s.37-51.
- Sayın, Ahmet Alper, Muhammet Volkan Armağan, and İsmail Karakulle (2017) "Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Etkileri Üzerine Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma." Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. Yıl 5, s.437-452.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). “Facebook As A Toolkit: A Uses And Gratification Approach To Unbundling Feature Use”. Computers in Human Behavior, 27(6), p.2322-2329.
- Sungur, O. (2010). “Korelasyon Analizi”. (Editör: Şeref Kalaycı) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri.(5. Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Şahin, A. (2018). FoMO nedir? Erişim Adresi: <https://www.cnnturk.com/teknoloji/fomo-nedir>, E.T.18.07. 2019.
- Tanrıkulu, G.(2018). Güncellenmeliyim”: Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ve Bunun Ergen Ve Genç Yetişkinlerdeki Sosyal Medya Bağımlılığı Boyutlarına Yordayıcı Olarak Öncülleri. Yüksek Lisans Tezi, TED Üniversitesi, lisansüstü Programlar Enstitüsü, Ankara.
- Tarhan, N. (2015). FOMO sosyal medya kullanıcıları arasında oldukça yaygın. Erişim Adresi: (<https://www.Ntv.Com.Tr/Teknoloji/Fomo-Sosyal-Medya-Kullanilari-Arasinda-Oldukca-Yaygin,Mn0trmb4quapilz-Qg2hvg>) E.T.17.07.2019.
- TheMerriam-Webster sözlüğü <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>
- Ulaştırın, T. (2017) “ Çağımızın Salgını FOMO: Pazarlama Dünyasındaki Başarısının Ardındaki Gerçekler”. Erişim Adresi: <https://pazarlamasyon.com/cagimizin-salgini-FoMO-pazarlama-dunyasindaki-basarisinin-ardindaki-gercekler/> E.T.13.06.2019
- Ünlü, F. (2018). “Orta Yaş Üstü Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon”. PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(1), s.161-172.
- Vural, Z.,& Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”. Journal of YasarUniversity, 5(20). s.3348-3382
- Yazıcıoğlu, Y. Ve Erdoğan S.(2014). “SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri”. (4. Baskı) Ankara: Detay Yayınları.
- Yeniçikti, N. T. (2016) “Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Facebook Ve Twitter Kullanıcıları Üzerine Kullanımlar ve Doymalar Araştırması” . Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Yıldırım, S., Kişioğlu, A. (2018). “Teknolojinin Getirdiği Yeni Hastalıklar: Nomofobi, Netlessfobi, FOMO”. SDÜ Tıp Fakültesi Dergisi, 25(4), p.473-480.

- Yıldırım, Ö. (2016). “Sosyal Medya Hastalığı: Fomo Nedir”. Erişim Adresi: <https://www.ilimvemedeniyyet.com/sosyal-medya-hastaligi-fomo-nedir.html> E.T.17.07.2019.
- Wenting, X. (2019). “Discussion On Strategies Of Crisis Management İn University Under The Back Ground Of Social Media”. *ScienceJournal of Education*, 7(1), 14.
- Wiesner, L. (2017). “Fighting FoMO: A Study On İmplications For Solving The Phenomenon Of The Fear Of Missingout” (Master'sthesis, University of Twente).
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/FoMO> E.T.15.06.2019

Stratejik Performans Yönetiminde Finansal Performans Değerlemesi: BİST Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama

Financial Performance Evaluation in Strategic Performance Management: An Application in The Automotive Sector of BIST

Yusuf ESMER*
Faruk DAYI**

ÖZ

Otomotiv sektörü, ihracat, istihdam, kredi yönetimi gibi çeşitli faktörler açısından ekonominin gelişmesi ve kalkınmasında önemli bir tetikleyicidir. Katma değeri yüksek bir sektör olup Türkiye'nin ihracatında önemli bir paya sahiptir. Firmaların stratejik performans yönetiminde, üretim, pazarlama, finans gibi birçok alanda kararlar alınmakta; firmaların performanslarının değerlendirilmesinde finansal performansları ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle ekonomiye katkısı oldukça yüksek olan otomotiv sektörünün finansal performansının değerlendirilmesi gerekmektedir. Borsa İstanbul'da (BİST) işlem gören otomotiv firmalarının 2010-2017 dönemine ait 8 yıllık verilerinden hesaplanan oranların kullanıldığı bu çalışmada, açıklayıcı faktör analizi ve hiyerarşik kümeleme analizi yapılarak firmaların finansal performansları değerlendirilmiştir. Çalışma sermayesi devir hızı, net kâr marjı, cari oran, kısa vadeli yabancı kaynaklar/toplam pasif ve toplam yabancı kaynaklar/toplam pasif oranlarının finansal performans değerlendirilmesinde önemli etkiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Kümeleme analizi sonucuna göre Ford ile Otokar firmaları birbirlerine en yakın; Karsan ile Federal Mogul firmaları birbirlerine en uzak performansı gösterdikleri bulgulanmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Stratejik Performans Yönetimi, Finansal Performans, Oran Analizi, Faktör Analizi, Hiyerarşik Kümeleme Analizi, Otomotiv Sektörü

ABSTRACT

The automotive sector is an important sector that development of the economy in terms of diversity factors such as export, employment and credit management. It is a sector with high added value and has a significant share in our Turkey exports. In strategic performance management of companies, decisions are taken in many areas such as production, marketing and finance; The financial performance of the companies in the performance of the company stands out. Therefore, the financial performance of the automotive sector, which has a high contribution to the economy, needs to be evaluated. In this study, the ratios calculated from the 8-year data of the automotive companies traded in Borsa Istanbul (BIST) for the period of 2010-2017 were used. In this study, explanatory factor analysis and hierarchical clustering analysis were performed and financial performances of firms have been evaluated. It has been determined that working capital turnover, net profit margin, current ratio, short term foreign sources / total liabilities and total foreign resources / total liabilities ratios have a significant effect on the financial performance evaluation. As a result of clustering analysis, while Ford and Otokar companies show the same performance to each other, Karsan and Federal Mogul companies show the most distant performance.

KEYWORDS

Strategic Performance Management, Financial Performance, Ratio Analysis, Factor Analysis, Hierarchical Cluster Analysis, Automotive Sector

| | Makale Geliş Tarihi / Submission Date 06.11.2018 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 12.11.2019 |
|------|---|--|
| Atıf | Esmer, Y. ve Dayı, F. (2019). Stratejik Performans Yönetiminde Finansal Performans Değerlemesi: BİST Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 628-645. | |

* Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, yesmer@bayburt.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3691-1730

** Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, fdayi@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0903-1500

GİRİŞ

Günümüz otomotiv endüstrisi otomotiv teknolojisinin gelişmesiyle birlikte adeta altın çağını yaşamaktadır. Otomotiv firmalarının küçük, ergonomik, akıllı ve elektrikli otomobil üretme stratejileri piyasada olumlu karşılanmış otomotiv sektörünün pazarı büyümüştür (Kushwaha ve Sharma, 2016: 116). Otomotiv endüstrisi, ülke ekonomisinin önde gelen ve diğer sektörleri tetikleyici etki yapan ve hızla gelişen ve büyüyen sektörlerinden biri olarak görülmektedir (Yurdakul ve İç, 2003: 2; Bayraktar, 2004: 9). Otomotiv sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye için de ekonominin önemli dinamiklerinden biri olmuş, toplam ihracat içindeki payı her geçen yıl artmıştır. Otomotiv sektörü, makinesinden, tornasına, derisinden, ahşabına kadar birçok sektörden ürün ve hizmet aldığından ekonomiye katkısı oldukça yüksektir. Katma değeri yüksek olduğundan, ekonomik büyüme ve kalkınma üzerinde büyük bir çarpan etkisine sahiptir. Otomotiv sektörünün bir dolarlık katma değer artışına karşılık üç dolarlık katma değer artışı sağladığı tahmin edilmekte ve günümüzde doğrudan ve dolaylı olarak çok sayıda kişiye de istihdam sağlamaktadır (İldırar ve Kırıl, 2018: 95). Bu bağlamda yatırımcılar, işletme sahipleri ve kredi kuruluşları sektördeki işletmelerin gelecekte sağlayacağı başarı ile getireceği kazancı doğru tahmin etmek istemektedir (Özşahin ve Yüregir, 2012: 156). Bu nedenle sektördeki firmaların finansal performansları değerlendirilerek, finansal başarıya etki eden faktörlerin saptanması Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Otomotiv sektörünün ülkemiz için en büyük avantajı ülkemizdeki otomobil firmalarının Avrupa, Orta-Doğu gibi coğrafyalara kolayca ihracat yapabilmesidir. Sektörün en önemli dezavantajı ise yerli otomobil markasının olmayışdır. Sektörde yabancı sermayenin hâkim olması, yeni yatırımlar için yabancı ortaklıkların kurulmasını gerektirmektedir. Ülkemizde yerli otomobil markası üretimi için çalışmalara devam edilmektedir. Benzin ve dizel gibi fosil yakıtlardan çok yenilenebilir enerji kaynaklarıyla çalışan otomobillerin üretilmesi otomotiv sektörünün geleceğinde büyük bir rekabeti de beraberinde getireceği tahmin edilmektedir. Fosil yakıtlı otomobiller, otomotiv sektörünün geleceği için önemli bir tehdit oluşturacağı düşünülmektedir (Kushwaha ve Sharma, 2016: 116). Fosil yakıtları tüketen otomobilin üretim maliyeti yeni nesil otomobillere göre daha düşük olsa da çevreyi kirletmenin maliyeti daha yüksektir (Gonenc ve Scholtens, 2017: 307-308). Otomobil firmalarının yeşil üretim yapabilmeleri için yeşil finans ve pazarlama stratejilerinin birlikte geliştirilmesi gerekir (Polonsky ve Rosenberger, 2001: 21). Çünkü yeni nesil otomobillerin üretilmesi için yüksek tutarlı ARGE çalışmaları gerekmektedir. Yüksek maliyetli yatırımlar için sermayenin rasyonel ve optimal kullanılacağı yatırım projeleri hazırlanmalıdır. Yatırım projelerinde başarı düzeyinin yükselebilmesi için iyi bir finansal planlama gerekmektedir. İlk olarak otomotiv işletmelerinin başarı düzeyleri tespit edilmelidir. Finansal performanstaki başarı ölçütlerinin doğru tespit edilmesi, mali tabloların doğru okunması ve yorumlanması ve etkin bir çalışma sermayesi yönetiminin finansal performansı olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Firmanın finansal başarısı, gelecekte muhtemel yapılması düşünülen yatırımları da doğrudan etkilemektedir. Sermaye bütçelemesi sürecinde, yönetici mevcut kaynaklardan en iyi faydayı sağlayacak örgüt yapısını oluşturmaktadır. Sürdürülebilir finansal yönetim, firmanın gelecekte planladığı yatırımlar için gerekli fonların önceden uygun maliyet ve koşullarda teminini gerektirmektedir. Bu nedenle finansal yönetim performansında başarıyı sağlamak için etkin bir finansal yönetim becerisine sahip bir yönetim ekibine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak finansal performansın etkin ve stratejik yönetilebilmesi için finansal performans yönetimine etki eden faktörlerin tespit edilerek sınıflandırılması gerekmektedir.

Bu çalışmada işletmelerde stratejik performans yönetiminde finansal performans yönetimine etki eden finansal faktörlerin sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Finansal performans göstergesi olarak finansal tablo verilerinden hesaplanan oranlar kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'de faaliyet gösteren ve Borsa İstanbul'da işlem gören 11 otomotiv firmasına ait 2010-2017 yılları arası finansal veriler, oran analizi, Açıklayıcı Faktör Analizi ve Hiyerarşik Kümeleme Analizi entegrasyonu ile analiz edilmiştir. Böylece faktör analizi ile finansal performansa etki eden faktör yükleri hesaplanmış ve kümeleme analizi ile firmaların performansları sınıflandırılarak birbirleriyle karşılaştırılmıştır.

1. LİTERATÜR

Bu bölümün ilk kısmında Türkiye ve dünyadaki otomotiv sektörünün finansal durumu hakkında bilgi verilmiştir. İkinci kısımda stratejik performans yönetimi açıklanmıştır. Üçüncü kısımda finansal performans yönetimi incelenmiştir. Dördüncü kısımda finansal performans değerlendirilmesi ve oran analizine yer verilmiştir.

1.1. Türkiye ve Dünya'da Otomotiv Sektörünün Finansal Durumu

Otomotiv sektörü diğer sektörleri etkileyen, doğrudan tüketilen ve tüketicilerin ihtiyaçlarına göre üretim yapılan bir sektördür. Otomobiller günlük yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Otomobil insanların hayatında en çok kullanılan ve vakit geçirilen araçlardan biridir. Park sorunu ve kaza oranı gibi önemli sorunlar

olsa da otomobil, insanların hayatından vazgeçemeyecekleri önemli bir eşya olarak görülmektedir (KPMG, 2018: 3). Tüketicilerin otomobil satın alım kararlarını etkileyen faktörler ile ilgili olarak yapılan bir araştırmada sırasıyla otomobilin fiyatı, servis bakım hizmetleri ve çevreden elde edilen bilgilerin etkili olduğu tespit edilmiştir (Cop ve Gümüş, 2009: 192).

Otomotiv sektöründe gelişen teknolojiye uyum sağlayabilmek için çeşitli yatırımlar yapılmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler firmalar için rekabet avantajı sağlayacağı gibi önemli bir maliyet unsuru da olabilmektedir. Otomotiv sektöründeki yaşanan gelişmeler ARGE yatırımlarının tutarını artırmaktadır. Günümüzde gündemde olan Endüstri 4.0 uygulamasını ilk uygulayanlardan biri de otomotiv sektörüdür. Dolayısıyla bilişim, bilgisayar ve yazılım endüstrilerinde yaşanan gelişmeler otomotiv sektörünü de doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle otomotiv sektöründe rekabet edebilmek, sadece müşterilerin isteklerini yetine getirmekle değil aynı zamanda firmanın performans yönetiminde topyekûn etkinliğin ve verimliliğin sağlanması ile mümkündür.

Dünya genelinde otomobil üretimi 1990-1999 yılları arasında 38,2 milyon; 2000-2013 yılları arasında 63,74 milyon, 2014 yılında 75,61 milyon, 2015 yılında 76,77 milyon, 2016 yılında 81,35 milyon adet gerçekleşmiştir (KPMG, 2018: 4). 2008 yılında yaşanan kriz otomotiv sektörünü de olumsuz etkilemiştir. Küresel finansal krizin olumsuz etkileri başta ABD olmak üzere birçok ülkedeki otomotiv sektörünü olumsuz etkilemiş, 2008-2010 döneminde Suzuki, Hyundai ve Honda gibi küresel otomotiv firmalarının üretim hacmi azalmış ve satış gelirleri düşmüştür (Afzal vd., 2013: 136). Krizin etkisinin azalmasıyla dünya otomotiv sektörü toparlanmış ve yeni nesil ürünler geliştirilmeye başlanmıştır.

Türkiye’de 2017 yılında 82,47 milyon ve 2018 yılında 84,08 milyon otomobilin satılacağı tahmin edilmektedir. Türkiye’deki otomobil üretimi 2007 yılında yaklaşık 1,1 milyon adet iken, 2017 yılının ilk 11 ayında 1,54 milyona; ülkemizde üretilen ve ihracat yapılan otomobillerin sayısı 2007 yılında 820 bin iken, 2017 yılının ilk 11 ayında 1,21 milyona ulaşmıştır. Türkiye’de otomotiv sektörü ihracatının değeri Kasım 2017 tarihi itibarıyla yaklaşık 26 milyar dolar düzeyinde olup ülkemizin toplam ihracatındaki payı %18,3 civarındadır. Avrupa piyasası Türkiye için önemli bir konuma sahip olup toplam ihracatın %77’lik kısmı Avrupa’ya yapılmıştır (KPMG, 2018: 4-11). Aynı başarı 2018 yılında da görülmektedir. Otomotiv sektöründe ihracat tutarı 2018 yılının ilk altı ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %14,5 artarak 16 milyar 434 milyon dolara yükselmiş olup en fazla ihracat yapılan ülkeler ise sırasıyla Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, İspanya ve Fransa olmuştur. Otomotiv Distribütörleri Derneğinin 26 Temmuz 2018 tarihinde yaptığı basın açıklamasında, Avrupa otomotiv piyasasında 2018 yılının ilk altı ayı sonunda toplam üretim %3 artarak, 10,02 milyon araca ulaşıldığı belirtilmiştir (ODD, 2018: 1-9). Dolayısıyla Avrupa bölgesinde olduğu üzere Türkiye’de de otomotiv sektörü hızla büyümekte ve gelişmektedir.

BİST’de işlem gören otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2010-2017 dönemi aktif toplamaları ve satış gelirlerinin toplamaları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Otomotiv Sektörünün 2010-2017 Dönemi Toplam Aktif ve Satış Gelirleri (TL)

| Yıllar | Aktif Toplamı | Satış Gelirleri |
|--------|----------------|-----------------|
| 2010 | 10.552.866.572 | 15.833.780.981 |
| 2011 | 13.129.856.434 | 20.526.516.016 |
| 2012 | 13.640.578.280 | 19.216.458.433 |
| 2013 | 15.932.655.652 | 22.034.844.963 |
| 2014 | 18.444.005.847 | 22.478.033.666 |
| 2015 | 23.978.610.729 | 31.128.972.042 |
| 2016 | 27.226.510.507 | 36.655.431.322 |
| 2017 | 33.619.196.329 | 47.665.117.932 |

Kaynak: Firmaların 2010-2017 Dönemi Konsolide Finansal Tabloları

Otomotiv sektörünün toplam varlıkları 7 yıllık dönemde 10,552 milyon liradan, 33,619 milyon liraya yükselmiştir. Aynı dönemde sektörün satış gelirleri 15,833 milyon liradan, 47,665 milyon liraya yükselmiştir. Sektörde faaliyet gösteren firmaların varlıkları 7 yıllık dönemde %218 artarken, satış gelirleri ise %201 oranında artmıştır. Bu durum sektörde yapılan yatırımların satışlardan daha fazla oranda arttığını göstermektedir. Sektörün varlıklarının etkin kullanıldığı düşünülmektedir. Çünkü reel sermaye yatırımlarının geri dönüşleri uzun yıllar sürebilmektedir.

Türk otomotiv sektöründe faaliyet gösterip Borsa İstanbul’da işlem gören firmaların 2017 yılı itibarıyla toplam aktiflerine göre sıralanışı Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Otomotiv Sektöründeki Firmaların 2017 Yılı Sıralamaları

| Sıra | Firmanın İsmi ve Ticaret Unvanı | Toplam Aktif (TL) |
|------|---|-------------------|
| 1 | Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. | 13.875.148.000 |
| 2 | Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. | 12.021.740.000 |
| 3 | Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş. | 2.009.587.000 |
| 4 | Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 1.826.045.346 |
| 5 | Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 1.453.483.993 |
| 6 | Persan Makine Parçaları Sanayi A.Ş. | 1.252.952.268 |
| 7 | Katmerciler Araç Üstü Ekipman Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 524.595.729 |
| 8 | Ege Endüstri ve Ticaret A.Ş. | 432.646.832 |
| 9 | Bosch Fren Sistemleri Sanayi Ticaret A.Ş. | 94.465.584 |
| 10 | DİTAŞ Doğan Yedek Parça İmalat ve Teknik A.Ş. | 78.060.574 |
| 11 | Federal-Mogul İzmit Piston ve Pim Üretim Tesisleri A.Ş. | 50.471.003 |

Kaynak: Firmaların 2017 Dönemi Konsolide Finansal Tabloları

Borsa İstanbul'da işlem gören firmaların aktif toplamları 33,619 milyon liradır. Sektördeki en büyük iki firma sırasıyla %41,27'lik pay ile Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. ve %35,75'lik pay ile Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.'dir. Toplam aktifi en düşük firma ise %0,15'lik pay ile Federal-Mogul İzmit Piston ve Pim Üretim Tesisleri A.Ş.'dir. Sektördeki en büyük iki firmanın toplam varlıkları sektörün %77,02'lik kısmını oluşturmaktadır. Dolayısıyla iki firmanın finansal performansı, sektörün performansını doğrudan etkilemektedir.

Türk otomotiv sektöründe faaliyet gösterip Borsa İstanbul'da işlem gören firmaların 2017 yılı itibariyle satış gelirleri Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3: Otomotiv Sektöründeki Firmaların 2017 Yılı Satış Gelirleri (TL)

| Sıra | Firmanın İsmi ve Ticaret Unvanı | Satış Gelirleri |
|------|---|-----------------|
| 1 | Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. | 25.341.290.000 |
| 2 | Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. | 17.467.806.000 |
| 3 | Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş. | 1.785.272.000 |
| 4 | Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 963.126.462 |
| 5 | Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 953.186.497 |
| 6 | Ege Endüstri ve Ticaret A.Ş. | 345.972.148 |
| 7 | Persan Makine Parçaları Sanayi A.Ş. | 311.941.641 |
| 8 | Katmerciler Araç Üstü Ekipman Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 177.225.811 |
| 9 | Bosch Fren Sistemleri Sanayi Ticaret A.Ş. | 161.084.307 |
| 10 | DİTAŞ Doğan Yedek Parça İmalat ve Teknik A.Ş. | 87.223.084 |
| 11 | Federal-Mogul İzmit Piston ve Pim Üretim Tesisleri A.Ş. | 70.989.982 |

Kaynak: Firmaların 2017 Dönemi Konsolide Finansal Tabloları

Borsa İstanbul'da işlem gören otomotiv firmalarının toplam satış gelirleri 57,665 milyon liradır. Aktif toplamı büyük olan üç şirketin satış gelirleri, sektördeki toplam satış gelirinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Ancak aktif toplamına göre 4.sırada yer alan Karsan, satış gelirlerine göre 5.sırada; aktif toplamına göre 5.sırada yer alan Anadolu Isuzu, satış gelirlerine göre 4.sırada yer almaktadır.

1.2. Stratejik Performans Yönetimi

Stratejik performans yönetimiyle ilgili son zamanlarda yapılmış çalışmalar incelendiğinde, değerli, nadir, eşsiz ve yerine koyulamayan kaynakların etkin yönetilmesi, firmaların performansının artmasında etkili olduğu belirtilmektedir (Morgan, 2012: 103). Stratejik performans yönetiminde, firmaların dinamik piyasa koşullarında karşılaşılabilecekleri engelleri dikkate alarak mevcut kaynaklarını planlanması ve onların etkin yönetimi, performansı artırdığı ifade edilmektedir (Teece vd, 1997: 509-511). Firmaların performans düzeyinin yükseltilmesinde bilgi, üretim ve işgücü yeteneğinin de önemli bir katkısının olduğu tespit edilmiştir

(Helfat ve Raubitschek, 2000: 961). Lepak ve Snell (1999), firmaların performanslarında işgücünün önemli olduğunu, insan kaynağının etkin ve verimli yönetilmesi gerektiğini, işgücünün sermaye gibi değerli olduğunu; makroekonomik açıdan düşünüldüğünde ise ekonomik kalkınma ve büyümede istidamın önemli olduğunu ifade etmektedir. Çünkü bir ülkenin büyümesi ve kalkınması nitelikli işgücünün üretim sürecine katılmasıyla artacağı düşünülmektedir.

Stratejik performans yönetimi, işletmenin tüm fonksiyonlarının birlikte yönetilmesini gerektirmektedir. Finansal performans, finansal kaynak yönetimi, pazarlama performansı ve yeniden yatırım performansı stratejik performans yönetiminde önemli performans kriterleri olarak değerlendirilmektedir (Morgan, 2012: 102-104). Organizasyon sürecindeki tüm faktörlerin birlikte verimli çalışması için gerekli alt yapı yatırımları yapılmalıdır. Kurumsal yönetimin her aşamasında inovatif işlemlerin olması otomotiv sektöründe faaliyet gösteren yerel firmaların rekabet düzeyinin artmasında etkili olduğu belirtilmiştir (Xi vd., 2009: 476-477). Firmanın stratejik amaçlarına ve finansal planlarına uygun işgücü planlaması yapılmalıdır. Çünkü çalışanların maaş ve ödemeleri, firmalar için önemli bir maliyet unsuru ve nakit çıkışıdır. Tutundurma çabaları, satış geliştirme ve müşteri ilişkileri yönetimi, stratejik yönetimde performansı doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla pazarlama faaliyetlerinde, fiziksel kaynaklardan optimum fayda sağlamak performansı artırmaktadır. İşletmelerin stratejik pazarlama yönetimi sürecinde firma için müşterilerin değerini artırmak işletmelerin performansını artıracığı gibi firmanın hissedarlar açısından değerini de artırmaktadır (Srivastava vd., 1999: 168). Özellikle otomobil firmalarında müşterilerle iyi bir iletişimin kurulması, firmanın satışlarının artmasında önemli bir etken olduğu ifade edilmektedir (Falát ve Holubčík, 2017: 148). Firmanın bilgi ve iletişim teknolojisi yatırımları, müşteriler, tedarikçiler, mağazalar ve satış acenteleri arasında iletişimi hızlandırmaktadır. Böylece bilgi akışı kısa sürede ve uygun maliyetle sağlanmaktadır.

1.3. Finansal Performans Yönetimi

İşletmelerin amaçlarından biri de kâr elde etmektir. Kâr edemeyen bir işletmenin hayatını devam ettirebilmesi ve diğer (mal ve hizmet üretmek, topluma hizmet, sosyal sorumluluk, ülke ekonomisine katkıda bulunmak vb.) amaçlarını gerçekleştirebilmesi pekte mümkün değildir. “Kâr elde etmek” finansal bir amaç olmakla birlikte “kâr” bir işletmenin performans göstergelerinden sadece biridir. Performans, bir işletmenin başarı durumunu ifade etmektedir. Performans, bir faaliyetin sonucunda ulaşılan noktayı nitel ve nicel olarak gösteren bir kavramdır. İşletmelerde performansın en önemli boyutlarından birisi de finansal performanstır (Küçüközkan, 2017: 1). Finansal performans, firmaların finansal tablo ve muhasebe bilgilerinden yararlanılarak, finansal ve operasyonel işlemlerin karakteristik özelliklerinin belirlenme sürecidir (Ramya ve S.Kavitha, 2017: 93). Örneğin bir firmanın belirli bir dönem sonunda elde ettiği kâr o firmanın finansal performans düzeyini değerlendirmek için kullanılacak bir göstergedir. Finansal performans, firmaların geçmiş finansal durumlarını değerlendirerek gelecekle ilgili yöneticilere veri sağlamaktadır. Aynı zamanda finansal performans firma yöneticilerinin başarısını gösteren önemli bir ölçüttür. Bu bağlamda finansal performansın etkin ve stratejik yönetilmesi gerekmektedir.

Nakit, alacak ve stok yönetimi, firmanın yatırım kararları ve finanslama politikaları finansal performans üzerinde doğrudan etkilidir (Morgan, 2012: 104-106). Finansal performans yönetimi bir firmanın temel finansal, operasyonel ve pazarlama faaliyetlerinin değerlendirilmesi sürecidir (Kushwaha ve Sharma, 2016: 116). Finansal performans yönetimi, bir firmanın finansal sonuçları bir örgütte yönetip izlediği yolları ifade etmektedir. Finansal performans yönetiminin amacı, fiili sonuçları bütçelerle ve tahminlerle karşılaştırmak ve buna göre ayarlamalar yaparak, firmaların finansal hedeflerine ulaşmak için daha donanımlı olmalarını sağlamaktır. Ventana Araştırma Kurumu, finansal performans yönetimini, “İşletmelerin temel performans göstergelerini tanımlamak, stratejik planlar ve tahminler oluşturmak, performans raporlarını ele almak ve finans operasyonel verimliliğini artırmak ve şirket çapında yürütmek” gibi özel bir yetenek seti olarak tanımlamaktadır (Wolters Kluwer/CCH Tagetik, 2018: 1). Finansal performans yönetimi, işletmelerin değişen finansal önceliklerine odaklanmalarını sağlamakta, örgütsel verileri ve süreçleri bütünleştirerek geleneksel finans süreçlerini verimli hale getirmekte ve finansal mükemmelliğe ulaşmak üzere işletme yöneticilerine iş stratejilerini daha iyi belirleme becerisi kazandırarak stratejik bakış açısı kazandırmaktadır (SAP Business Objects, 2009: 3). Finansal performans yönetimi, işletmelerde kalitenin ve verimliliğin artmasına katkıda bulunmaktadır (Küçüközkan, 2017: 1). Etkin bir finansal performans yönetimi kurumsal yönetim başarısına da etkilemektedir. Kurumsal yönetim ilkelerini benimseyen ve kurumsal yönetim endeksinde yer alan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için finansal performanslarının en etkin şekilde analiz edilmesi ve yönetilmesi gerekmektedir (Ege vd., 2013: 101). Dolayısıyla finansal performans ve finansal durumun analiz edilerek rakiplerle kıyaslanması işletmelerin stratejik yönetim sürecinde içinde buldukları durumu görebilmeleri açısından yapmaları gereken önemli analizler arasında yer almaktadır.

1.4. Finansal Performans Değerlemesi: Oran Analizi

Finansal tablolar analiz yöntemlerinden biri olan rasyo analizi ilk kez 19.yüzyılda sanayi devriminin yaşandığı dönemde Amerika’da uygulandığı görülmektedir. Dünya ekonomisinde yaşanan krizler, değişimler, savaşlar, küreselleşme ve firmaların finansal durumlarında yaşanan değişiklikler, firmaların finansal analizlerinin yapılmasını ve finansal durumlarının değerlendirilmesini gerektirmiştir (Ulusoy, 2011: 9088). 2000’li yıllarda finansal tabloların analizinde önemli bir yöntem olan oran analizi, borsada işlem gören firmaların hisse senetlerinin değerlemesinde de sıkça kullanılmaktadır (Wang ve Lee, 2008: 1087). Günümüzde yatırımcılar ve firma yönetimleri finansal performans değerlemesinde oran analizi yönteminden yararlandıkları bilinmektedir.

Oran analizi ile *finansal sıkıntı* diğer bir ifadeyle *finansal başarısızlık* riskiyle karşılaşacak muhtemel firmalar önceden tespit edilip gerekli önlemler alınabileceği ifade edilmektedir. Dolayısıyla firmaların ön kontrol mekanizması olarak finansal durumu ölçecek oranların tespiti firmaların denetimini kolaylaştırabilecektir (Chen ve Shimerda, 1981: 51). Günümüzde daha çok bankacılık sektöründe örneği görülmektedir. Basel kriterleri olarak ifade edilen ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunun (BDDK) belirlediği çeşitli oranlar ve standart değerlerin altına düşen firmalar takibe alınmaktadır. Endüstri firmaları için de buna benzer uygulamaların yapılmasıyla firmaların finansal durumlarının güçlenebileceği düşünülmektedir.

Oran analizinde firmaların performanslarını karşılaştırırken literatürde yer alan standart değerler esas alınabileceği gibi sektörde faaliyet gösteren firmaların hesaplanmış sektörde referans alınabilecek değerler belirlenebilir. Firmaların performansının değerlendirilmesinde sadece oranlar yeterli gelmeyip, firmanın büyüklüğü, ölçeği, faaliyet gösterdiği endüstri olmak üzere birçok faktörün değerlendirilmesi gerekmektedir (Lev ve Sunder, 1979: 187).

Oran analizi firmanın finansal durumunu ve performansını değerlendirmek için yapılmaktadır. Oran analizi rasyo analizi olarak da ifade edilmektedir. Oran analizi, firmanın finansal durum tablosu ve gelir tablosu verilerinden yararlanılarak yapılmaktadır (Dayı, 2013: 95). Oran analizi, finansal tablolarda ilişkili olan çeşitli hesapların birbirine oranlanması ile yapılır (Çabuk ve Lazol, 2016: 198). Oran analizi altı oran grubundaki çeşitli oranlardan oluşmaktadır (Okka, 2015: 125). Literatürde genellikle likidite, mali yapı, kârlılık, verimlilik açısından firmaların performansının ölçülmesinde tercih edildiği görülmektedir (Ulusoy, 2008: 228). Firmanın likidite düzeyini ölçmek için likidite; mali durumunu incelemek için mali yapı; faaliyetlerin verimliliğini değerlendirmek için faaliyet oranları ve firmanın kârlılık durumunu değerlendirmek için kârlılık oranları olmak üzere orana analizi dört grupta toplanmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2007: 643). Ayrıca borsada işlem gören firmaların finansal durumlarını değerlendirmek içinde de borsa performans oranları kullanılmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde yapılmış çalışmalar incelendiğinde otomotiv sektörüne yönelik “*finansal performans değerlemesi*” ve “*oran analizi*” ile ilgili çalışmalar yer almaktadır. Bu nedenle literatür taramasında otomotiv firmalarının performans analizi veya finansal performans yönetimiyle ilgili benzer çalışmalara yer verilmiştir. Bu çalışmalarda otomotiv firmalarının finansal performansları analiz edilirken farklı analiz yöntemlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Literatürde yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmaların yöntemleri, analizi ve sonuçları Tablo 4’ de verilmiştir.

Tablo 4: Literatür Taraması

| Araştırmacı | Yöntem | Çalışmanın İçeriği ve Sonuçları |
|---------------------------|---|---|
| Ramya ve Kavitha (2017) | Oran Analizi | Maruthi Suzuki firmasının 2010-2015 dönemine ait bilanço ve gelir tablosu verilerinden yararlanılarak karlılık ve faaliyet hızı oranları hesaplanmış, firmanın analiz sonuçları değerlendirildiğinde söz konusu dönemde iyi bir finansal performans sergilediği ifade edilmiştir. |
| Gowda ve V (2017) | Oran Analizi, T Testi ve Kısmi Korelasyon Analizi | Hindistan'daki en büyük 9 firmanın 2012-2016 dönemi verilerinden hesaplanan 7 oran ile finansal performanslarının incelendiği çalışmada Likidite ve Cari oranın firmaların finansal performansları üzerinde etkili olduğu görülmektedir. |
| Yanık ve Eren (2017) | Oran Analizi, AHC, TOPSIS, ELECTRE ve VIKOR | BİST'de işlem gören 11 otomotiv firmasının 2010-2015 dönemi finansal tablolarından hesaplanan 9 oran kullanılarak finansal performansları çeşitli yöntemlerle değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarında net kar/ özkaynaklar oranının finansal performans değerlemesinde önemli bir gösterge olduğu tespit edilmiştir. Yöntemler farklı olsa da analiz sonuçları birbirine yakın sıralamalar vermektedir. |
| Mathur ve Agarwal (2016) | Oran Analizi | Hindistan'da faaliyet gösteren Maruthi Suzuki ve Tata Motors firmalarının 2012-2014 dönemi finansal tablo verilerinden hesaplanan 5 rasyo ile yapılan analiz sonucunda Maruthi Suzuki firmasının Tata Motors firmasından daha iyi bir finansal performans sergilediği tespit edilmiştir. |
| Arumugam vd. (2016) | Oran Analizi ve Lineer Regresyon | Otomotiv endüstrisinde faaliyet gösteren 16 firmanın 2000-2014 dönemine ait verilerinden elde edilen 20 oran ile analiz yapılmıştır. Finansal performansın değerlendirilmesinde karlılık oranlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. |
| Kushwaha ve Sharma (2016) | Nitel Araştırma Yöntemi ve İçerik Analizi | Yaklaşık 100 makalenin incelendiği çalışmada otomobil firmalarının performansının, doğayı koruma ve sürdürülebilir kalkınma ile yakından ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Firmaların çevre kirliliği ve maliyet yönetiminde problem yaşadıkları; performanslarını artırmak için emisyon gazı ve maliyet baskısıyla karşılaştığı tespit edilmiştir. Çevre kirliliğini azaltmak otomotiv firmalarının maliyetlerini artırdığını bunun da firmanın finansal performansı üzerinde olumsuz etkiye neden olduğu belirtilmektedir. |
| Ömürbek vd. (2016) | Oran Analizi, Entropi, MAUT ve SAW Yöntemleri | BİST'de işlem gören 6 otomotiv firmasının 2014 yılı verilerinden elde edilen oranlar ile çeşitli finansal göstergeler, Entropi, MAUT ve SAW yöntemleriyle finansal performansları değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarında yöntemlerin performans değerlendirmede önemli farklılık göstermedikleri görülmektedir. |
| Tatlı ve Bayrak (2016) | Statik ve Dinamik Veri Zarflama Analizi (VZA) | BİST' de işlem gören otomotiv üreticisi ve yan sanayisinde faaliyet gösteren 15 firmanın 2010-2014 dönemi finansal verileri kullanılarak VZA yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre toplam 4 otomotiv işletmesinin etkinlik sınırı altında kaldığı, 11 işletmenin ise tam etkinlik seviyesinde olduğu görülmüştür. Ayrıca etkin olan işletmelerin ölçeğe göre sabit getiri özelliği; etkinlik sınırı altında kalan işletmelerin ise ölçeğe göre artan getiri özelliği taşıdığı tespit edilmiştir. |

| | | |
|-------------------------------|--|--|
| Jothi ve Geethalakshmi (2016) | Oran Analizi | Hindistan otomotiv sektöründe 4 firmanın 2012-2016 dönemi finansal tablolarından hesaplanan 6 oran ile finansal performans değerlemesi yapılmıştır. Analiz sonucunda firmaların performanslarının iyi olduğu; kârlılık oranlarının kısa ve uzun dönem sermaye hareketleriyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir. |
| Szucs (2015) | Oran Analizi, Faktör Analizi ve Kümeleme Analizi | Macaristan otomotiv endüstrisinde faaliyet gösteren firmaların faaliyet devir hızı oranları, mali yapı oranları ve kârlılık oranları hesaplanmış, faktör ve kümeleme analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda oranların üç grupta kümelendiği, finansal performansın değerlendirilmesinde önemli oldukları vurgulanmıştır. |
| Jothi ve Kalaivani (2015) | Oran Analizi ve Faktör Analizi | Toyota ve Honda firmalarının 2009-2014 dönemleri mali tablolarından toplanan verilerden yararlanılarak cari oran, likidite oranı, nakit oran, toplam borç/özkaynaklar oranı, özkaynaklar/pasif oranı, brüt kâr marjı ve net kâr marjı oranları hesaplanmış; firmaların finansal durumlarının güven verdiği belirtilmiştir. |
| Pal (2015) | Oran Analizi, Faktör Analizi ve Çoklu Regresyon Analizi | Hindistan otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 9 firmanın 1999-2014 dönemine ait 15 yıllık verilerden 33 oran hesaplanmış; faktör ve çoklu regresyon analizi ile firmaların finansal performansı üzerin etkili olanlar tespit edilmiştir. Çalışmanın sonucunda çalışma sermayesi/toplam aktif, stok devir hızı ve nakit kar/temettü dağıtım oranının finansal performans üzerinde etkili olabileceği tespit edilmiştir. |
| Mesarić (2014) | Oran Analizi | Hırvatistan'daki 5 büyük otomobil firmasının 2007-2012 dönemi finansal tablolarından elde edilen 8 oranın kullanıldığı çalışmada; firmaların performanslarının krizden dolayı düştüğü; krizden sonra ise performanslarının arttığı ifade edilmiştir. |
| Bulgurcu (2013) | Oran Analizi ve Entropi Ağırlıklı TOPSIS Yöntemi | İMKB' de işlem gören 10 otomotiv firmasının 2009-2012 finansal tablolarından elde edilen 10 oran Entropi Ağırlıklı TOPSIS yönteminde kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, F-M İzmit Piston işletmesi dört yıl boyunca en yüksek finansal performans oranına sahipken, Parsan işletmesinin finansal performans endeksi değeri en düşük düzeydedir. Ford, Anadolu Isuzu, Ege Sanayi, Ditaş Doğan gibi firmaların dört yıl boyunca istikrarlı sonuçlar elde ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca Entropi Ağırlıklı TOPSIS olarak da tanımlanabilen bu tekniğin, objektif değerlendirme sağlama açısından çok kriterli bir karar verme yöntemi olduğu anlaşılmaktadır. |
| Dharmaraj ve Kathirvel (2012) | Oran Analizi ve t Testi | Hindistan otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 16 firmanın 13 yıllık verilerinden hesaplanan 20 oranın ortalama verileri üzerinde yapılan t testinde likidite oranlarının çok değişmediği, doğrudan yabancı yatırımlar ile firmaların finansal performanslarının olumlu etkilendiği tespit edilmiştir. |
| Özşahin ve Yüregir (2012) | Oran Analizi, Yapay Sinir Ağları (YSA) ve Kendini Örgütleyen Haritalar (KÖH) | 1998-2008 döneminde İMKB' de işlem gören 6 firmanın finansal tablolarından hesaplanan 24 oran ve diğer veriler YSA ve KÖH yöntemlerinde kullanılarak finansal durumları analiz edilmiştir. Herhangi bir holdinge bağlı olmayan otomotiv firmalarının finansal performans düzeyleri düşük seviyede çıkmaktadır. Yönetimin merkezçiliği otomotiv firmalarının başarısını önemli ölçüde etkilemektedir. Ayrıca çalışan sayısı fazla olan otomotiv işletmelerinin finansal performans düzeyi yüksek olmaktadır. |

| | | |
|-----------------------|--------------------------------|---|
| Bakırcı (2006) | Veri Zarflama Analizi (VZA) | 1999-2004 yıllarında İMKB’de işlem gören 13 otomotiv firmasının oran ve diğer finansal verileri VZA yönteminde kullanılmıştır. Analizin önemli bir kıstası VZA yönteminin “ölçeğe göre sabit getiri” ve “ölçeğe göre değişken getiri” varsayımı altında yapılmasıdır. Analiz sonucunda küçük ölçekli firmaların daha etkin oldukları ifade edilmiştir. Firmaların toplam aktiflerinin %21,54’ü, özkaynaklarının %23,05’i ve çalışanların sayısının %17,73’lük kısmının azaltılması gerektiği tespit edilmiştir. |
| Yurdakul ve İç (2003) | Oran Analizi ve TOPSIS Yöntemi | İMKB’de işlem gören 5 büyük otomotiv firmasının 1998-2001 dönemi mali tablolarından hesaplanan oranlar, TOPSIS yönteminde performans etkinlik analizine tabi tutulmuştur. 1998-2000 dönemi analiz sonuçlarında, firmaların hisse senetlerinin değeri ile etkinlik skorları sıralamalarının tutarlı olduğu ancak 2001 yılında farklılıkların görüldüğü tespit edilmiştir. |

3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde analizde kullanılan veri setleri, değişkenler ve örneklem ile çalışmanın analiz yöntemleri açıklanmaktadır.

3.1. Veri Seti, Değişkenler ve Örneklem

Bu çalışmada firmaların finansal performans yönetimine etki eden oranların sınıflandırılması ve finansal performanslarının karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Borsa İstanbul’da işlem gören 11 otomotiv firmasının 2010-2017 dönemi finansal tablolarından (finansal durum tablosu ve gelir tablosu) elde edilen verilerden hesaplanan 17 oran kullanılarak analizler yapılmıştır. Verilerin frekans düzeyi yıllıktır. Analizde kullanılan değişkenler ve tanımları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Analizde Kullanılan Değişkenler ve Tanımları

| Oran Adı | Oran Grubu | Tanım ve/veya Formül |
|--|------------|--|
| Cari Oran | Likidite | Dönen varlıkların, kısa vadeli yabancı kaynakları karşılama gücünü göstermektedir. Oran=Dönen Varlıklar / KVK |
| Likidite Oranı (Asit Test Oranı) | Likidite | Dönen varlıklardan stokların çıkarılmasıyla elde edilen varlıkların, kısa vadeli borcu ödeme gücünü göstermektedir. Oran = (Dönen Varlıklar – Stoklar)/ KVK |
| Nakit Oran | Likidite | Firmanın nakit varlıklarının kısa vadeli borcu ödeyebilme gücünü göstermektedir Oran = Nakit Varlıklar / KVK |
| Toplam Borç/Toplam Pasif Oranı | Mali Yapı | Toplam kaynaklar içindeki toplam borç oranını göstermektedir. |
| Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Pasif Oranı | Mali Yapı | Toplam kaynaklar içindeki kısa vadeli borç oranını göstermektedir. |
| Devamlı Sermaye/Maddi Duran Varlıklar | Mali Yapı | Uzun vadeli yabancı kaynaklar ile özkaynaklar toplamının, duran varlıkları kaç kez karşıladığını göstermektedir. |
| Çalışma Sermayesi Devir Hızı | Faaliyet | Çalışma sermayesinin (dönen varlıkların) bir yıl içinde kaç kez döndüğünü göstermektedir. Oran = Net Satışlar / Çalışma Sermayesi |
| Alacak Devir Hızı (ADH) | Faaliyet | Alacakların bir yılda kaç kez tahsil edildiğini göstermektedir. Oran = Net Satışlar / Ticari Alacaklar |
| Alacakların Ortalama Tahsil Süresi | Faaliyet | Alacakların kaç günde bir tahsil edildiğini göstermektedir. Oran= 360 (365) / ADH |
| Stok Devir Hızı (SDH) | Faaliyet | Stokların bir yıl içinde kaç kez satıldığını göstermektedir. Oran = Net Satışlar / Stok |
| Stok Devir Süresi | Faaliyet | Stokların kaç günde bir satıldığını göstermektedir. Oran = 360 (365) / SDH |
| Aktif Devir Hızı | Faaliyet | Satışlar karşısında toplam aktifin kaç kez döndüğünü göstermektedir. Oran = Net Satışlar / Toplam Aktif |
| Brüt Kâr Marjı | Kârlılık | Brüt kârın, net satışlara bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Oran = Brüt Kâr / Net Satışlar |
| Esas Faaliyet Kârlılık Oranı | Kârlılık | Faaliyet kârının, net satışlara oranlanmasıdır. Oran = Faaliyet Kârı / Net Satışlar |
| Aktif Kârlılık Oranı | Kârlılık | Net kârın toplam aktife bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Varlıkların verimli kullanıma durumunu göstermektedir. Oran = Net Kâr / Toplam Aktif |
| Özsermaye Kârlılık Oranı | Kârlılık | Net kârın Özsermaye toplamına bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Özkaynakların verimli kullanıma durumunu göstermektedir. Oran = Net Kâr / Özkaynaklar |
| Net Kâr Marjı | Kârlılık | Net kârın, net satışlara bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Firmanın net kârlılığını göstermektedir. Oran = Net Kâr / Net Satışlar |

Borsa İstanbul'da işlem gören 11 otomotiv firmasının adı, ticaret unvanı ve kısaltmaları Tablo 6'da verilmiştir (KAP, 2019).

Tablo 6: Firmaların Adları, Ticaret Unvanları ve Kısaltmaları

| No | Firmaların Adları ve Ticaret Unvanları | Kısaltma |
|----|---|----------------|
| 1 | Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. | Anadolu |
| 2 | Bosch Fren Sistemleri Sanayi Ticaret A.Ş. | Bosch |
| 3 | DİTAŞ Doğan Yedek Parça İmalat ve Teknik A.Ş. | Ditaş |
| 4 | Ege Endüstri ve Ticaret A.Ş. | Ege |
| 5 | Federal-Mogul İzmit Piston ve Pim Üretim Tesisleri A.Ş. | Federal- Mogul |
| 6 | Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. | Ford |
| 7 | Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. | Karsan |
| 8 | Katmerciler Araç Üstü Ekipman Sanayi ve Ticaret A.Ş. | Katmerciler |
| 9 | Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş. | Otokar |
| 10 | Persan Makine Parçaları Sanayi A.Ş. | Persan |
| 11 | Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. | Tofaş |

Ülkemizde otomotiv endüstrisinde faaliyet gösteren birçok firma vardır. Ancak halka açık olmayan firmaların verilerine ulaşılamadığından borsada işlem gören 11 firmanın verileri kullanılarak finansal performans analizi yapılmıştır.

3.2. Yöntem

Wang ve Lee (2008), firmanın finansal performansını değerlendirmek için faktör analizi diskriminant analizi, kümeleme analizi gibi birçok yöntemin kullanıldığını ifade etmiş; uygulamada faktör analizi yaparak en çok kullanılan oranları faktör yüklerini göre sınıflandırmış ve kümeleme analizi yapmıştır. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde firmaların finansal performans değerlemesinde oran analizinin sıkça kullanıldığı tespit edilmiştir. Ulusal literatürde yapılmış çalışmalar incelendiğinde çeşitli analiz yöntemleriyle firmaların performansları ve/veya etkinlik durumlarının analizi yapıldığı görülmüştür. Bu çalışmada finansal performansa etki eden faktörlerin tespiti ve performans üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Faktör analizi ve kümeleme analizinin yapıldığı çalışmalardan esinlenerek bu çalışmada açıklayıcı faktör analizi ve kümeleme analizi yapılarak firmaların finansal performanslarına etki eden faktörler tespit edilerek performans sınıflandırmaları yapılmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde analizde kullanılan Açıklayıcı Faktör Analizi ve Hiyerarşik Kümeleme Analizi yöntemleri açıklanmaktadır

3.2.1. Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya toplayarak daha az sayıda anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli istatistiksel bir analiz tekniğidir. Faktör analizinin açıklayıcı (keşfedici) ve doğrulayıcı olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi, değişkenler arası ilişkilerden hareketle faktör bulmaya ve teori geliştirmeye yönelik bir işlem iken, doğrulayıcı faktör analizi ise değişkenler arası ilişkilere dair önceden belirlenen bir modelin ya da hipotezin test edilmesine yönelik bir işlemdir (Büyüköztürk, 2002: 472). Böylece faktör analizi ile birden fazla değişken birkaç başlık altında toplanarak bir “faktör yükü” elde edilebilmektedir (Çetin, 2007: 59). Faktör yükü aynı zamanda açıklama katsayısı olarak ifade edilmektedir. Çalışmada otomotiv firmalarının finansal durumlarını belirleyen oranların faktörlere bölünmesi düşünüldüğünden açıklayıcı faktör analizi uygulanması uygun görülmüş ve elde edilen veriler SPSS 21.0 programında faktör analizine tabi tutularak finansal oran grupları belirlenmiştir.

3.2.2. Hiyerarşik Kümeleme Analizi

Kümeleme analizi, grup sayısını belli olmayan ve gruplandırılmamış verilerin benzerliklerine göre sınıflandırılmasında kullanılan çok değişkenli istatistiksel bir analiz tekniğidir. Kümeleme analizi, iki değişkenin benzerlik (yakınlık) ya da uzaklık ölçüsüne bakılarak yapılmaktadır (Çakmak vd., 2005: 17). Kümeleme analizinin hiyerarşik kümeleme ve hiyerarşik olmayan kümeleme olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Hiyerarşik kümeleme yönteminde kaç tane küme olacağı bilinmemekte ve “n” birey “k” tane kümeyi göstermektedir. En yakın iki küme birleştirilmekte ve küme sayısı bire indirgenerek yinelenmiş uzaklıklar matrisi bulunmaktadır. Bu işlem n-1 kez tekrarlanmaktadır. Dendogram adı verilen ağaç diyagramları analiz sonuçları gösterilmektedir. Hiyerarşik olmayan kümeleme yönteminde ise birimlerin

uygun oldukları kümelerde toplanmaları ve “n” birimin “k” sayıda kümeye parçalanması hedeflenmekte ve küme sayısına önceden karar verilmektedir (Ada Altun, 2011: 321-322). En yaygın kullanılan kümeleme yöntemi hiyerarşik kümeleme yöntemidir. Hiyerarşik kümeleme analizi yöntemi kullanılarak benzer özelliğe sahip nesnelere ya da olayların gruplandırılarak incelenmesi mümkündür (Koç, 2001: 19-21). Bu nedenle çalışmada otomotiv firmalarına ait veriler hiyerarşik kümeleme yönteminde kullanılarak otomotiv firmalarının finansal performansları açısından sınıflandırılmıştır.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde Faktör Analizi ve Hiyerarşik Kümeleme Analizi ile ilgili bulgulara yer verilmektedir.

4.1. Faktör Analizi Bulguları

Otomotiv firmalarının finansal tablo verilerinden elde edilen oranlar SPSS 21,0 programında Açıklayıcı Faktör Analizine (AFA) tabi tutulmuştur. AFA ile ilgili bulgular Tablo 7 ve Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 7: Finansal Oran Grupları İçin Hesaplanmış Varyans Açıklama Yüzdeleri ve

| Faktör Sayıları | | | |
|-----------------------------|-----------------|---------------|--------------------------|
| Oran Grupları | Değişken Sayısı | Faktör Sayısı | Varyans Açıklama Yüzdesi |
| Faaliyet Devir Hızları (F1) | 4 | 1 | 55,346 |
| Kârlılık Oranları (F2) | 5 | 1 | 74,376 |
| Likidite Oranları (F3) | 3 | 1 | 97,856 |
| Mali Yapı Oranları (F4) | 2 | 1 | 91,975 |

Finansal oran gruplarının açıklama yüzdeleri incelendiğinde “likidite oranları” grubunun en yüksek (97,856) açıklama yüzdesine sahip olduğu görülmektedir. Bu durum likiditenin firmalar için önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Zira kârlı görünen bir işletme nakit sıkıntısı çekebilirken, kârlı görünmeyen bir firma nakit sıkıntısı çekmeyebilir.

Tablo 8: Finansal Oran Gruplarının Faktör Yüğü Matrisi

| Oran Adı | Bileşenler-Oran Grupları | | | |
|--|-----------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| | Faaliyet Devir Hızları (F1) | Kârlılık Oranları (F2) | Likidite Oranları (F3) | Mali Yapı Oranları (F4) |
| Çalışma Sermayesi Devir Hızı | 0,886 | | | |
| Alacak Devir Hızı | 0,747 | | | |
| Stok Devir Hızı | 0,399 | | | |
| Aktif Devir Hızı | 0,844 | | | |
| Brüt Kâr Marjı | | 0,691 | | |
| Esas Faaliyet Kârlılık Oranı | | 0,908 | | |
| Aktif Kârlılık Oranı | | 0,916 | | |
| Özsermaye Kârlılık Oranı | | 0,810 | | |
| Net Kâr Marjı | | 0,959 | | |
| Cari Oran | | | 0,991 | |
| Asit Test Oranı | | | 0,996 | |
| Nakit Oran | | | 0,981 | |
| Toplam Borç/Toplam Pasif Oranı | | | | 0,959 |
| Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Pasif Oranı | | | | 0,959 |

AFA sonucunda oranlar literatüre uygun bir şekilde dört faktör altında toplanmıştır:

1.Faktör: Faaliyet Devir Hızları (Çalışma Sermayesi Devir Hızı, Alacak Devir Hızı, Stok Devir Hızı, Aktif Devir Hızı),

2.Faktör: Kârlılık Oranları (Brüt Kâr Marjı, Esas Faaliyet Kârlılık Oranı, Aktif Kârlılık, Öz sermaye Kârlılık, Net Kâr Marjı),

3.Faktör: Likidite Oranları (Cari Oran, Asit Test Oranı, Nakit Oran),

4.Faktör: Mali Yapı Oranlarından (Toplam Borç/Toplam Pasif, Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Pasif Oranı) oluşmaktadır.

Faaliyet Devir Hızları oran grubunu en çok Çalışma Sermayesi Devir Hızı (0,886), Kârlılık Oranları grubunu en çok Net Kâr Marjı (0,959), Likidite Oranları grubunu en çok Cari Oran (0,991) açıklamaktadır. Çalışma sermayesi devir hızı firmanın günlük hayatta en çok işlem yaptığı varlıklarından biridir. Faaliyet devir hızı oran grubunda söz konusu oranının belirleyici bir role sahip olması nakit, alacak ve stokların etkin kullanılma durumunun tespiti için önemlidir. Mali Yapı Oranları grubunu ise Toplam Borç/Toplam Pasif (0,959) ve Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Pasif (0,959) eşit düzeyde açıklamaktadır. Firmaların mali yapılarını açıklayacak birçok oran vardır. Toplam pasif içindeki kısa vadeli borçların oranı, borçların yüzde kaçının kısa vadeli olduğunu göstermektedir. Oran çalışma sermayesi ile birlikte değerlendirildiğinde firma için önemli bilgiler vermektedir. Ayrıca toplam borcun toplam pasif içindeki oranı, firmanın sermayesinin yabancı ve özkaynaklar dağılımını göstermektedir. “Alacakların Ortalama Tahsil Süresi, Stok Devir Süresi ve Devamlı Sermaye/Maddi Duran Varlıklar” oranlarının faktör yükleri çok düşük çıktığı için analiz dışı bırakılmıştır. Alacakların ortalama tahsil süresi ve stok devir süresi oranları firmaların alacak ve stok yönetimi politikalarının belirlenmesinde önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Ancak yukarıda ifade edilen “Alacakların Ortalama Tahsil Süresi ve Stok Devir Süresi” oranlarının analiz sonuçlarında anlamlı çıkmayışı, alacak devir hızı ve stok devir hızı oranlarının analizde kullanılmış olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

AFA sonucunda elde edilen her bir finansal orana ait faktör yükleri ile otomotiv firmalarına ait finansal oran değerleri çarpılarak bir hesaplama yapılmıştır (Firmaların finansal oran değerleri X faktör yükleri). Bu hesaplama sonucunda elde edilen değerler Tablo 9` da verilmiştir.

Tablo 9: Firmaların Faktör Matrisleri (Rasyolar X Faktör Yükleri)

| Yıllar Firmalar | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Anadolu | 9,283523 | 10,96488 | 10,4963 | 12,61668 | 10,36332 | 15,08356 | 9,374618 | 8,171084 |
| Bosch | 10,32131 | 12,61984 | 19,07383 | 22,82029 | 16,80331 | 22,21936 | 23,05524 | 21,43978 |
| Ditaş | 10,95114 | 13,73863 | 28,66014 | 20,81089 | 14,90547 | 13,14173 | 11,35609 | 11,7027 |
| Ege | 9,052411 | 11,31845 | 14,43893 | 15,32738 | 20,59091 | 24,10642 | 26,90234 | 25,06025 |
| Federal-Mogul | 47,22651 | 58,14676 | 48,25278 | 51,92373 | 31,46635 | 44,05999 | 34,86362 | 37,71882 |
| Ford | 21,72305 | 21,44932 | 21,18148 | 24,65039 | 21,93927 | 22,67891 | 22,16973 | 23,59621 |
| Karsan | 17,6493 | 21,62317 | 50,39575 | 32,84007 | 7,365311 | 10,68371 | 8,975697 | 10,94791 |
| Katmerciler | 12,09462 | 7,843686 | 21,12718 | 12,01949 | 8,525734 | 12,44011 | 6,91035 | 6,740329 |
| Otokar | 10,60242 | 11,11225 | 11,42922 | 11,28457 | 11,38139 | 10,46816 | 10,48269 | 11,30297 |
| Persan | 11,82396 | 12,65011 | 13,64743 | 10,70518 | 12,51947 | 10,79217 | 11,21679 | 9,575159 |
| Tofaş | 20,80604 | 19,72057 | 20,9619 | 25,15421 | 19,95865 | 21,29696 | 21,12461 | 21,28829 |

Tablo 9`da verilen değerler her bir firmanın her yıl için hesaplanan oranların faktör yükleri ile çarpılması ve elde edilen tutarların toplanmasıyla hesaplanmıştır. Örneğin Tofaş firmasının 2017 yılı oranları teker teker ilgili faktör yükleri ile çarpılmış ve toplanarak Tofaş firmasının 2017 yılına ait faktör matrisi oluşturulmuştur. Böylece 14 oranının firmanın performansı üzerinde etkisi tek bir sayısal değer ile ifade edilmiştir. Oranların her birinin ayrı ayrı değerlendirilmesi finansal performans üzerinde ortak bir değerlendirme yapma imkânı vermediğinden, faktör matrislerinin hesaplanmasıyla finansal performansların karşılaştırılması mümkün olmuştur.

4.2. Kümeleme Analizi Bulguları

Faktör matris değerleri SPSS 21.0 programında hiyerarşik kümeleme analizine tabi tutularak firmalar finansal performanslarına göre sınıflandırılmıştır. Hiyerarşik kümeleme analizinde iki küme oluşmuş ve Tablo 10` da analize ilişkin Aglomeratif Çizelge verilmiştir.

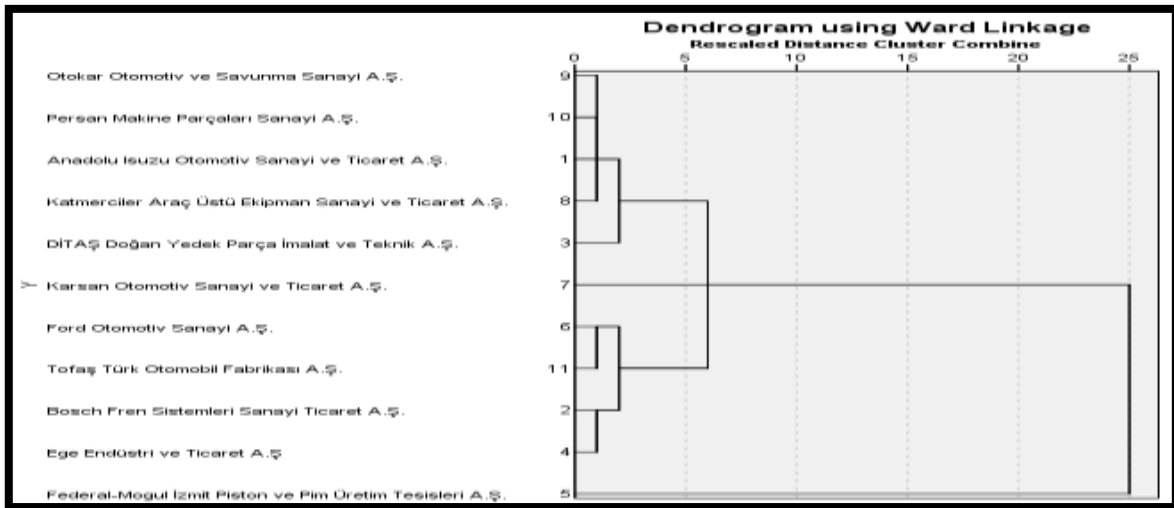
Tablo 10: Aglomeratif Çizelge

| Basamak (Sıra) | Küme 1 | Küme 2 | Coefficients (Katsayı) |
|----------------|---------|---------------|------------------------|
| 1 | Otokar | Persan | 7,019 |
| 2 | Ford | Tofaş | 15,210 |
| 3 | Anadolu | Otokar | 42,567 |
| 4 | Bosch | Ege | 105,939 |
| 5 | Anadolu | Katmerciler | 204,525 |
| 6 | Anadolu | Ditaş | 470,813 |
| 7 | Bosch | Ford | 749,884 |
| 8 | Anadolu | Karsan | 2133,575 |
| 9 | Anadolu | Bosch | 3599,797 |
| 10 | Anadolu | Federal-Mogul | 9837,525 |

Agglomeratif çizelgede katsayıya (Coefficients) göre birbirlerine finansal açıdan en çok benzeyen firmalar eşleşmiştir. Buna göre birbirine en çok benzeyen firmalar 1.basamakta Otokar ve Persan (7,019) iken, birbirine en az benzeyen 10.basamakta yer alan Anadolu ve Federal-Mogul (9837,525) firmalarıdır. Otokar ve Persan firmalarının aktif büyüklükleri birbirlerine yakındır. Ancak satış gelirleri açısından değerlendirildiğinde Otokar, Persan'dan neredeyse 5 kat daha fazla satış yapmaktadır. İki firmanın birbirine yakın performans sergilemeleri düşündürücüdür. Ford ve Tofaş firmaları otomotiv sektöründeki firmaların toplam aktiflerinin %77'lik kısmını oluşturmaktadır. Satış gelirleri açısından da iki firmanın verileri birbirine oldukça yakındır. Hiyerarşik kümeleme analizinde iki firmanın finansal performansının birbirine yakın olması endüstrideki mevcut durum ile analiz sonuçlarının örtüşüğünü göstermektedir. Analiz sonuçlarında 10.basamakta yer alan Anadolu ve Federal-Mogul firmalarının finansal performanslarının birbirleriyle uzak olduğunu göstermektedir. Firmaların büyüklük, satış gelirleri, kârlılıkları, çalışan sayıları karşılaştırıldığında iki firmanın birbiriyle mukayese edilemeyecek kadar farklı olduğu görülmektedir.

Hiyerarşik Kümeleme Analizi sonuçlarını göstermede kullanılan Dendogram (ağaç diyagramı) yöntemi incelendiğinde ise finansal durum bakımından birbirlerine en çok benzeyen firmalar 1 birimlik mesafede grup oluştururken, birbirlerine en az benzeyen firmalar 25 birimlik mesafede bir araya gelmektedir. Ağaç diyagramı Şekil 1`de gösterilmektedir.

Şekil 1: Ağaç Diyagramı (Dendogram)



Ağaç diyagramına göre 1 birimlik mesafede 4 grup, 2 birimlik mesafede 2 grup, 6 birimlik mesafede ve 25 birimlik mesafede 1 grup oluşmaktadır. İlk bakışta Otokar-Persan, Anadolu-Katmerciler, Ford-Tofaş, Bosch-Ege bir birimlik mesafede grup oluşturduğu görülmektedir. Anadolu-Ditaş, Ford-Bosch firmaları iki birimlik, Katmerciler ve Tofaş altı birimlik ve Karsan-Federal Mogul firmaları ise 25 birimlik mesafede grup oluşturdukları görülmektedir. Otokar ile Persan, Katmerciler-Anadolu firmalarının finansal performansları karşılaştırıldığında, bazı firmaların likidite ve mali yapı rasyoları; bazılarının da kârlılık ve faaliyet oranlarının diğerinden iyi olduğu dolayısıyla birbirlerine benzer performans sergiledikleri görülmektedir. Katmerciler ve Tofaş firmalarının oran analizi sonuçları incelendiğinde, Tofaş firmasının Katmerciler'den yüksek performans sergilemesi, aralarındaki mesafenin fazla oluşu oranların değerlerindeki farklılıklardan kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Karsan ve Federal-Mogul aralarındaki mesafe diğer firmalardan oldukça fazladır. Oranlar incelendiğinde iki firmanın değerlerinin birbirlerinden epeyce farklılık gösterdiği görülmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Otomotiv sektörü dünya ekonomisinde önemli bir paya sahiptir. Türkiye ekonomisi içinde aynı durum söz konusudur. Bu nedenle performansları her geçen yıl artan firmaların finansal performanslarını incelemek ve karşılaştırmak amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Otomotiv sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda firma olmasına rağmen, finansal tablolara ulaşamadığından, uygulama Borsa İstanbul'da işlem gören firmalar üzerinde yapılmıştır. Uygulama kapsamındaki firmalar ülkemiz otomotiv sektöründeki en büyük firmalar olduğundan çalışmanın sonuçlarının ana kütleyi yansıtmaya gücü oldukça yüksektir. Finansal performans değerlemesi firmaların yönetim kararları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle stratejik yönetim sürecinde firmaların finansal performanslarının incelenmesi, performans etki eden faktörlerin tespit edilmesi ve karşılaştırılması, firmaların finansal durum ve performanslarının rakipleriyle kıyaslanması firmaların sektördeki uzun dönemde başarılarının devamı için son derece önemlidir.

Uygulama da literatürde sıkça kullanılan oran analizi yapılmıştır. Önceki çalışmalarda olduğu üzere literatürde en çok kullanılan oranlar analizde tercih edilmiştir. Çalışmanın ilk kısmında oran analizindeki çeşitli oranlar hesaplanarak faktör analizi yapılmıştır. Çalışma sermayesi devir hızı, alacak devir hızı, stok devir hızı, aktif devir hızı bir grupta; brüt kâr marjı, esas faaliyet kârlılık oranı, aktif kârlılık oranı özsermaye kârlılık oranı ve net kâr marjıda bir grupta; cari oran, asit test oranı ve nakit oran bir grupta ve toplam borç/toplam pasif, KVYK/Toplam pasif oranı da bir grupta toplanmıştır. Dolayısıyla faktör analizi sonucuna göre oranlar olması gereken gruplarda toplanmıştır. Firmaların finansal performanslarının değerlendirilmesinde çalışma sermayesi devir hızının önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Faaliyet oranları içinde çalışma sermayesi devir hızı firmanın dönen varlıklarının etkin kullanma durumunu göstermektedir. İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmelerinde çalışma sermayesinin etkin yönetilmesi önem arz etmektedir. Çalışma sermayesi yönetiminde likidite önemlidir. Likidite durumunun değerlendirilmesinde en anlamlı sonucu veren cari orandır. Cari oran, likidite düzeyinin ölçülmesinde kullanılan temel bir göstergedir. Cari oran firmaların dönen varlıklar ile kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki dengenin değerlendirilmesinde kullanılabilir. Literatürde yapılmış çalışmalar incelendiğinde, likidite durumunu değerlendirilmesinde cari oran ile asit test oranının belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre kârlılık oranları grubunda net kâr marjı öne çıkmış olup firmaların nihai başarılarının tespitinde en çok kullanılan orandır. Literatürde finansal performans değerlemesinde kârlılık oranlarının önemli bir ölçüt olduğu ifade edilmiş olup bazı çalışmalarda ise özsermaye kârlılık oranının önemli bir gösterge olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın faktör analizi sonuçları, önceki çalışmalarda ile bağdaşmaktadır.

Firmaların finansal performanslarına etki eden oranlar faktör analizi ile tespit edildikten sonra faktör yüklerine göre kümeleme analizi yöntemi ile sınıflandırılmıştır. Böylece aktif büyüklükleri veya satış gelirleri farklı olan 11 firmanın performanslarına göre kümelere ayrılmıştır. Kümeleme analizinde Otokar-Persan, Anadolu-Katmerciler, Ford-Tofaş, Bosch-Ege firmalarının birbirlerine benzer performans gösterdikleri görülmektedir. Anadolu-Ditaş, Ford-Bosch firmalarının performanslarının benzer olduğu tespit edilmiştir. Karsan-Federal Mogul firmalarının kümeleme analizinde en uzak mesafede yer almaları, performanslarının farklılığını göstermektedir. Otokar ile Persan, Katmerciler-Anadolu firmalarının finansal performansları karşılaştırıldığında, bazı firmaların likidite ve mali yapı oranları; bazılarının da kârlılık ve faaliyet oranlarının diğerinden iyi olduğu dolayısıyla birbirlerine benzer performans sergiledikleri görülmektedir. Tofaş firmasının Katmerciler'den yüksek performans sergilemesi, aralarındaki mesafenin fazla oluşu oranların değerlerindeki farklılıklardan kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Oran analizinde firmaların ölçekleri önem arz etmektedir. Büyük bir firmanın özkaynakları veya toplam aktifi, küçük firmalarınkinden büyük olacağından, oran analizinde değerlerin küçük çıkmasına neden olabilmektedir. Aktif büyüklükleri farklı firmaların aynı analize tabi tutulması, analiz sonuçlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu durum önceki çalışmaların

sonuçlarıyla örtüşmektedir. Literatürde yapılacak çalışmalarda firmaların finansal performanslarının tespitinden daha çok finansal risk düzeylerinin incelenmesi tavsiye edilmektedir. Döviz kurundaki değişimin firmaların yatırımlarına ve sermaye maliyeti üzerine etkisi incelenebilir. Analizin uzun bir dönemde yapılması, ülkenin makroekonomik gelişimiyle ilişkilendirilmesi ve kriz dönemlerindeki etkinin tespit edilmesinin literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ada Altun, A. (2011) "Kümeleme Analizi ile AB Ülkeleri ve Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (29), 319-332.
- Afzal, F., Afzal, F., Khan, S. M., ve Sajid, M. (2013) "Impact of Global Financial Crisis 2008 on Automobile Industry", *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(2), 136-145.
- Akdoğan, N. ve Tenker, N. (2007) *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*, Ankara, Gazi Kitabevi.
- Anadolu Isuzu (2018). <https://www.anadoluisuzu.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-raporlar>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Arumugam, D., M., A. K. ve R., P. (2016) "Factors Determining Profitability in Indian Automobile Industry", *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, VII(2), 64-69.
- Bakırcı, F. (2006) "Sektörel Bazda Bir Etkinlik Ölçümü: VZA ile Bir Analiz", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 199-217.
- Bayraktar, B. (2004) "Otomobil Sektöründe Uygulanan Önemli Demografik Bölümlendirme Kriterleri (Genel Bir Bakış)", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(11), 1-10.
- Bosch (2018). http://www.boschfren.com.tr/tr/tr/bosch_fren_sistemleri/investor_relations/chassissystems_2.html, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Bulgurcu, B. (2013) "Financial Performance Ranking of the Automotive Industry Firms in Turkey: Evidence from an Entropy-Weighted Technique", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 3(4), 844-851.
- Büyüköztürk, Ş. (2002) "Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (32), 470-483.
- Chen, K. H. ve Shimerda, T. A. (1981) "An Empirical Analysis of Useful Financial Ratios", *Financial Management*, 10(1), 51-60.
- Cop, R. ve Gümüş, N. (2009) "Pazarlamada Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Davranışlarındaki Rolü ve Bir Araştırma", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 179-202.
- Çabuk, A. ve Lazol, İ. (2016) *Mali Tablolar Analizi*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Çakmak, Z., Uzgören, N. ve Keçek, G. (2005) "Kümeleme Analizi Teknikleri ile İllerin Kültürel Yapılarına Göre Sınıflandırılması ve Değişimlerinin İncelenmesi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 15-36.
- Çetin, A. C. (2007) "Şirket Derecelendirilmesinde Faktör Analizi Kullanımı ve Sektörelere Yönelik Bir Uygulama", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 53-74.
- Dayı, F. (2013) *Sağlık İşletmelerinde Uygulamalı Finansal Analiz*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Dharmaraj, A. ve N. Kathirvel. (2012) "Financial Performance of Indian Automobile Industry – A Comparative Study During Pre and Post Foreign Direct Investment", *International Journal of Scientific Research*, 2(9), 54-56.
- Ditaş Doğan (2018) <http://www.ditas.com.tr/yatirimci-iliskileri-raporlar-ve-sunumlar>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Ege, İ., Topaloğlu, E. E. ve Özyamanoğlu, M. (2013) "Finansal Performans ile Kurumsal Yönetim Notları Arasındaki İlişki: BIST Üzerine Bir Uygulama", *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 5(9), 100-117.
- Ege Endüstri (2018). http://egeendustri.com.tr/index.php?f=ed0639f36c56566325bc73162c9f961b&l=1&sayfa_id=102&g_id=&id=1123, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Falát, L. ve Holubčík, M. (2017) "The Influence of Marketing Communication on Financial Situation of the Company-A Case from Automobile Industry", *Procedia Engineering*, 192, 148-153.
- Federal Mogut (2018). <http://www.fmizp.com/Yonetim/FinansalRaporlar.aspx>, Erişim Tarihi: 01.08.2018
- Ford (2018). <https://www.fordotosan.com.tr/tr/yatirimcilar/finansal-raporlar/finansal-raporlar>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Gonenc, H. ve Scholtens, B. (2017) "Environmental and Financial Performance of Fossil Fuel Firms: A Closer Inspection of their Interaction", *Ecological Economics*, 132, 307-328.
- Gowda, P. R. ve V., M. K. (2017) "Financial Performance Analysis as A determinant of Profitability in Indian automobile industry", *BRDU International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(III), 64-75.
- Helfat, C. E. ve Raubitschek, R. S. (2000) "Product Sequencing: Co-Evolution Of Knowledge, Capabilities And Products", *Strategic Management Journal*, 21, 961-979.
- Ildırar, M. ve Kırıl, E. (2018) "Piyasa Yapısı ve Yoğunlaşma: Türk Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Analiz", *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 93-117.
- Jothi, K. ve Geethalakshmi, A. (2016) "Liquidity and Profitability Position of Select Automobile Companies in India", *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 4(1), 262-268.
- Jothi, K. ve Kalaivani, P. (2015) "A Study on Financial Performance of Honda and Toyota Automobile Company a Comparative Analysis", *Journal of Progressive Research in Social Sciences*, 2(1), 33-35.
- KAP. (2018). <https://www.karsan.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Katmerciler (2018). <https://www.kap.org.tr/tr/Sektorler>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Karsan (2018). <https://www.karsan.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- KPMG (2018) Otomotiv Sektörel Bakış. <http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/sektorel-bakis-2018-otomotiv-4314.pdf>, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

- Koç, S. (2001) "Türkiye'de İllerin Sosyo-Ekonomik Özelliklere Göre Sınıflandırılması", V.Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu. Adana.
- Kushwaha, G. S. ve Sharma, N. K. (2016) "Green initiatives: A Step Towards Sustainable Development and Firm's Performance in the Automobile Industry", *Journal of Cleaner Production*, 121, 116-129.
- Küçüközkan, Y. (2017) Hastanelerde Finansal Performans Yönetimi. 09 27, 2018 tarihinde <https://www.saglikaktuel.com/yazi/hastanelerde-finansal-performans-yonetimi-7068.htm>, Erişim Tarihi: 27.09.2018.
- Lepak, D. P. ve Snell, S. A. (1999) "The Human Resource Architecture: Toward a Theory of Human Capital Allocation and Development", *The Academy of Management Review*, 24(1), 31-48.
- Lev, B. ve Sunder, S. (1979) "Methodological Issues in The Use of Financial Ratios", *Journal of Accounting and Economics*, 1(3), 187-210.
- Mathur, S. ve Agarwal, K. (2016) "Financial Analysis Of Automobile Industries (A Comparative Study Of Tata Motors And Maruti Suzuki)", *International Journal of Applied Research*, 2(9), 533-539.
- Mesarić, M. (2014) "Ratio Analysis and Piotroski Scoring System in the Automobile Industry in Croatia", *Ekonomski Vjesnik/ Econviews*, XXVII(1), 127-141.
- Morgan, N. A. (2012) "Marketing and Business Performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 102-119.
- ODD. (2018) Avrupa Otomotiv Pazarı 2018 Yılı Haziran Ayı Sonunda %3,0 Arttı, Otomotiv Distribütörleri Derneği. <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/2220/BASIN%20B%C3%9CLTEN%C4%B0%2026%20TEMMUZ%202018.pdf>
- Okka, O. (2015) Finansal Yönetim Teori ve Çözümlü Problemler, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Otokar (2018). <https://www.otokar.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Ömürbek, N., Karaatlı, M. ve Balcı, H. F. (2016) "Entropi Temelli MAUT ve SAW Yöntemleri İle Otomotiv Firmalarının Performans Değerlemesi", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 227-255.
- Özşahin, M. ve Yüregir, O. H. (2012) "Otomotiv Sektörünün Kendini Örgütleyen Haritalar ile Finansal Analizi", *Ç.Ü Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 28(2), 155-164.
- Pal, S. (2015) "Evaluation of Financial Performance in Terms of Financial Ratios- An Empirical Study on Indian Automobile Industry", *International Journal of Business Management & Research*, 5(3), 1-7.
- Persan (2018). <http://www.persan.com/index.php/mali-tablo-ve-raporlar/>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Polonsky, M. J. ve Rosenberger, P. J. (2001) "Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach", *Business Horizons*, 44(5), 21-30.
- Ramya, A. ve S.Kavitha. (2017) "A Study on Financial Analysis of Maruthi Suzuki India Limited Company", *Journal of Business and Management*, 19(7), 93-101.
- SAP Business Objects. (2009) Finansal Performans Yönetimi., SAP AG. <http://www.acron.com.tr/wp-content/uploads/2012/09/FinancialPerformanceManagement.pdf>, Erişim Tarihi: 26.09.2018.
- Srivastava, R. K., Shervani, T. A. ve Fahey, L. (1999) "Marketing, Business Processes, and Shareholder Value: An Organizationally Embedded View of Marketing Activities and the Discipline of Marketing", *Journal of Marketing*, 63, 168-179.
- Szucs, G. (2015) "The Financial Analysis of The Hungarian Automotive Industry Based on Profitability and Capital Structure Ratios", *Central European Business Review*, 4(1), 61-73.
- Tatlı, H. ve Bayrak, R. (2016) "Borsa İstanbul'da Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Etkinliklerinin Statik ve Dinamik Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi", *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 119-145.
- Teece, D. J., Pisano, G. ve Shuen, A. (1997) "Dynamic Capabilities and Strategic Management", *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Tofaş (2018). <https://tofas.com.tr/Yatirimcilliskileri/FinansalSonuclar/Pages/default.aspx>, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- Ulusoy, T. (2008) "Systematic Risk and Firm Financial Structure: Evidence on Istanbul Stock Exchange", *The Business Review, Cambridge*, 11(2), 226-231.
- Ulusoy, T. (2011) "Financial Power Analysis of Countries: Transmitters (adsorbents), Setters and Unresistants", *African Journal of Business Management*, 5(22), 9087-9105.
- Wang, Y.-J. ve Lee, H.-S. (2008) "A Clustering Method to Identify Representative Financial Ratios", *Information Sciences*, 178(4), 1087-1097.
- Wolters Kluwer/CCH Tagetik. (2018) Financial Performance Management. <https://www.tagetik.com/en/glossary/financial-performance-management#.W6uTCmgzY2x>, Erişim Tarihi: 26.09.2018.
- Xi, L., Lei, L. ve Guisheng, W. (2009) Evolution of the Chinese Automobile Industry from a Sectoral System of Innovation Perspective. *Industry and Innovation*, 16(4-5), 463-478.
- Yanık, L. ve Eren, T. (2017) Borsa İstanbul'da İşlem Gören Otomotiv İmalat Sektörü Firmalarının Finansal Performanslarının AHP, TOPSIS, ELECTRE ve VIKOR Yöntemleri ile Analizi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13), 165-188.
- Yurdakul, M. ve İç, Y. T. (2003) Türk Otomotiv Firmalarının Performans Ölçümü ve Analizine Yönelik TOPSIS Yöntemini Kullanan Bir Örnek Çalışma. *Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der.*, 18(1), 1-18.

Güçlendirmenin Özü “Güç”: Sosyal Hizmet Uzmanlarının İş Yerindeki Güçleri/Güçsüzlükleri¹

The Core of Empowerment is Power: Strengths/Weaknesses of Social Workers at Work

Mehmet KIRLIOĞLU*

ÖZ

Bu çalışmanın amacı sosyal hizmet uzmanlarının iş yerindeki güç/güçsüzlüklerini Miley ve diğerlerinin (2016) sınıflandırmasında olduğu gibi kişisel, kişilerarası ve sosyo-politik olmak üzere üç düzeyde ele almaktır. Bu üç düzeyi daha iyi açıklayabilmek adına düzeyler altında konu başlıklarına yer verilmiştir. İş yerindeki kişisel düzeydeki güçler, mesleği isteyerek seçme, başka bir kuruma geçme isteği, sosyal hizmet mesleğini bırakma isteği, doğrudan sosyal hizmet uygulaması yapma, alan deneyimine uygun çalışma konularını kapsamaktadır. İş yerindeki kişilerarası düzeydeki güçler, meslektaşlarından destek ve öneri alma, kurumdaki tüm meslek elemanlarının ortak bir amaca sahip olması, amir yönlendirmesi, üstler ile yaşanan sorunları çözüme kavuşturma, yönetimin tutumu, yönetim ile ilişkiler konularını kapsamaktadır. İş yerindeki sosyo-politik güçler, kadro durumu, işin yapılma şekli konusunda müracaatçılardan ve üstlerden gelen baskı, çalışma yoğunluğu, görüşme sayısı, vaka sayısı, çalışma ortamı, otonomi, ilerleme imkânı konuları kapsamaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Güç, Güçlendirme, Kişisel, Kişilerarası, Sosyo-politik

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the power/weakness of social workers in the workplace at three levels: personal, interpersonal and socio-political as in the classification of Miley et al. (2016). In order to better explain these three levels, topics are included under the levels. The powers at the personal level in the workplace include the willingness to choose the profession, the desire to move to another institution, the desire to quit the social work profession, direct social work practice, work in accordance with the field experience. The powers at the interpersonal level the workplace include getting support and suggestions from colleagues, having a common purpose of all professional staff in the institution, supervisor, solving problems experienced with superiors, the attitude of management, the relations with management. The powers at the socio-political level in the workplace include precarious work, pressure from the applicants and superiors, intensity of work, number of interviews, number of cases, working environment, autonomy, possibility of progress.

KEYWORDS

Power, Empowerment, Personal, Interpersonal, Socio-political.

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date 25.07.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 31.10.2019 |
|---|--|
| Atıf | Kırılıoğlu, M. (2019). Güçlendirmenin Özü “Güç”: Sosyal Hizmet Uzmanlarının İş Yerindeki Güçleri/Güçsüzlükleri. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 646-662. |

¹ Bu çalışma Sosyal Hizmet Uzmanlarının Kişisel ve Mesleki Güç Algılarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi adlı doktora tezinin bir bölümünden oluşmaktadır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, kırilioglumehmet@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0130-0841

GİRİŞ

Güçlendirme, demokratikleşme, sosyal rollere değer biçme, düşünömsellik ve eleştirel olabilme, bilinçlendirme, radikal sosyal hizmet, baskı karşıtı uygulama gibi kavramlarla ilişki içerisinde. Ancak güç konusunun güçlendirmenin kalbinde yer aldığı belirtilmektedir (Adams, 2003). Barker (1995) gücü, bir kişinin bağımsız olarak bir şeyler yapması veya başkalarını etkilemek ve onlar üzerinde kontrol sahibi olma olanağı tanıyan kaynaklara sahip olmak olarak tanımlarken, Thompson (2016) ise gücün kuramsal bir kavram olduğunu ve bu yönüyle farklı kuramsal çerçeveler içinde farklı şekillerde anlaşılabilirliğini belirtmektedir. Güç, bireylerin yaşamları üzerindeki kontrolü ele alma (Robert Adams, 2008) ve kontrolü elde etme yetisi olarak (Teater, 2015) tanımlanmaktadır. Güç "olumlu ve tatmin edici bir yaşama, verimli bir sosyal işlev görmeye katkı sağlayan herhangi bir tutum, kapasite ya da deneyim olarak tanımlanabilir" (Sheafor ve Horejsi, 2014).

Thompson (2016) gücün yetkinlik yani yapabilme becerisi olarak ele alınabileceğini belirtmektedir. Bu konuda karizmanın yetkinlik olarak güce örnek olarak verilebileceğini, bazı insanların karizmatik özelliklere sahip olsalar da bu gücü kullanamayacaklarını, bu durumun da gücü uygulamaya koyma kapasitesi olarak değerlendirilebileceğini ifade etmektedir. Yine gücün kurumsallaşmış düşünceler ve uygulamalar olarak değerlendirilebileceğini bu konuda söylemler ve anlam yapılarının "normal"lik ölçütlerini belirlediğini, bunların tekrarlanması durumunda kökleştiğini, böylece kurumsal hale geldiğini ve hegemonya kavramı ile ilişkilendirilebileceğini belirtmektedir.

Hasenfeld (1987) sosyal hizmet uygulamasında zorlayıcı güçten normatif güce kadar uzanan çok çeşitli güç kaynaklarının olduğunu belirtmektedir. Ancak bunların sadece üç tanesinin uygun olduğunu vurgulamaktadır. İlk olarak mesleki eğitim, sürekli gelişim ve uzmanlık bilgisi ile edinilen profesyonel güçtür. İkincisi uzmanların kişilerarası becerilerinden, özellikle de empati kurma, güven ve müracaatçı ile ilişki kurma yeteneklerinden doğan referans gücü veya ikna gücüdür. Üçüncüsü uzmanlar belirli kararlar almaya ve eylemleri gerçekleştirmeye yönelik mevzuat ve politikadan gelen yasal güç kaynaklarına sahiptir. Bu güçlerin dışında fiziksel araçlarla sınırlı olmayan sosyal, duygusal, politik veya ekonomik gücün kullanımı ile ilgili zorlayıcı güç; kendilerini daha güçlü veya etkili kılmak için bilgileri saklayan kişiler için kullanan bilgiden gelen güç; başkalarının isteklerine uyduğu zaman kullanılan ödül gücü olarak isimlendirilen güç kaynakları mevcuttur (French ve diğ., 1959; Raven, 1993). Bunlara ek olarak Thompson (2016) gücü bireylerin hedeflerine ulaşma yetenekleri ile ilgili olan yapabilme gücü; eşitsiz güç ilişkilerini tanımlayan gücü baskı olarak kullanma (Yasal gereklilikler başvurma gibi durumlarda gücü baskı olarak kullanmanın gerekebileceği belirtilmektedir. Ancak bunun son çare olarak düşünülmesi gerektiği ifade edilmektedir); birlikte çalışma ve diğerlerini birlikte çalışmaya cesaretlendirerek daha fazlasına ulaşmaya vurgu yapan işbirliğine dayalı güç; ve tinsellik gibi özden gelen güç olarak yararlandığımız dayanıklılığı ve esnekliği başkalarına yardım ederken de kullanmayı ifade eden özden gelen güç olarak özetlenebileceğini belirtmektedir.

Thompson (2016) insanları güçlü ya da güçsüz olarak iki temel kategoriden birine yerleştirme gibi tanımlamaların gücü, aşırı basitleştirmeye iteceğini belirtmektedir. Diğer bir ifade ile gücün basit bir mesele olmadığı, gücün farklı düzey ve boyutlara sahip olduğu ifade edilmektedir. Thompson (2016) gücü kişisel, kültürel (söylemsel) ve yapısal olmak üzere üç düzeyde ele almaktadır. Benzer şekilde Miley, O'Melia, and DuBois (2016) da gücü kişisel, kişilerarası ve sosyo-politik olmak üzere üç düzeyde ele almaktadırlar. Bu noktada gücün kişisel düzeyinde beceriler (iletişim, girişkenlik), kişisel özellikler (cinsel çekicilik, saygınlık, karizma), rol (yönetici) ve tutumlar (özgüven, kendine inanma) bulunmaktadır (Thompson, 2016). Kişisel düzeyde bireylerin kendisini nasıl algıladığı ve nasıl gördüğünün ön planda olduğu belirtilirken bireylerin yaşamları üzerinde kontrol sahibi olmasına, kendilerini yetkin ve ehil olarak görmelerine dikkat çekilmektedir (Miley ve diğ., 2016). Gücün kültürel (söylemsel) boyutunda mikro ölçekte söylemlerin makro ölçekte ise kültürün bireyleri, grupları ve toplulukları belirli kalıplar içerisinde tutarak yönlendirdiği, mikro ölçekteki söylemlerin bir bakıma gerçekleri inşa ettiği, bunun da çok önemli bir güç uygulaması olduğu, diğer bir ifade ile neyin normal neyin anormal olduğunu tanımlama gücüne sahip olduğu belirtilmektedir (Thompson, 2016). Gücün kişilerarası boyutunda bireyler arasındaki etkileşimsellikten bahsedilmekte, bu etkileşimsellikte bireylerin kendi statüsünü belirlediği, bireylerin karşılaştığı güçlükler karşısındaki sosyal desteğin önemi üzerinde durulmaktadır (Miley ve diğ., 2016). Gücün yapısal boyutunda bir kişinin sınıfı, ırkı, etnik kökeni, cinsiyeti, yaşı, engellilik durumu, cinsel kimliği, dini ve konuşulan dili bir güçsüzlük unsuru olarak önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle bireyler birçok kaynağa (sağlık ve eğitim hizmeti) erişememekte, bir grubun diğer grup üzerinde üstün olduğunu belirten ırkçılık gibi hususlara benzer şekilde hegemonik ilişkilerin varlığı bireylerin güçlüklerle karşılaşmasına neden olabilmekte ve cam tavan kavramında olduğu gibi kadınların üst yönetim pozisyonlarına gelebilmesinin önüne geçilebilmektedir (Thompson, 2016). Gücün sosyo-politik

boyutu sömürme, kötüye kullanma, faydalanma, kendi çıkarına kullanma ile ilişkili olup bireyler üzerinde hem sosyal hem de psikolojik olarak egemenlik kurma sürecini tarif etmektedir. Bu noktada bireylerin üretici bir güç olarak topluma katılmaları işe yaramaz, sakıncalı, elverişli gibi tanımlamalar nedeniyle engellenmektedir. Irkçılık, cinsiyetçilik gibi baskı türleri bireylerin işsizlik ve yoksulluk gibi kitlesel adaletsizlikler yaşamasına neden olabilmektedir (Miley ve diğ., 2016).

Güçlendirmenin bireysel düzeyinden ziyade çevresel faktörlerin önemine vurgu yapan kimi çalışmalar özellikle iş yerinde güçlendirme kavramından bahsetmektedir (Dee ve diğ., 2003; Speer ve Peterson, 2000; Spreitzer ve diğ., 1997; Thomas ve Velthouse, 1990; Zimmerman, 1990, 1995). Uygulamalarını bir örgüt içerisinde yürütmekte olan sosyal hizmet uzmanları için de iş yerinde güçlendirme hususu önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem Thomas ve Velthouse (1990) hem de Spreitzer (1995) bireyin işteki rolüne oryantasyonunda dört temel güçlendirme bileşeninden bahsetmişlerdir. Bunlar anlamlandırma, yeterlilik hissi, self determinasyon ve etki yapabilme olarak sıralanmaktadır. Thomas and Velthouse (1990) self determinasyon kavramsallaştırması yerine seçim yapabilmeyi tercih etmiştir. Örneğin burada bahsedilen self determinasyon ya da seçim yapabilmeye bireylerin otonomiye sahip olması ile ilgili bir kavramdır (Black ve Deci, 2000; Niemiec ve Ryan, 2009). Sosyal hizmet uzmanlarının da sosyal hizmet uygulamasında otonomiye sahip olmaları gerekmektedir. Ayrıca örgüt içinde karar alma mekanizmalarında etkin bir rolü veya kararları etkileyebilme gücüne sahip olması sosyal hizmet uzmanlarını güçlendiren unsurlar olarak söylenebilir. Örgüt içinde etkin olmadığını düşünen sosyal hizmet uzmanları işi bırakabileceği gibi başka bir kuruma da geçmek isteyebileceklerdir. Örneğin terfi gibi özendirici hususların, örgütün misyonu ve performans ile ilgili bilgiye erişimin güçlendirmenin öncülleri arasında olduğu belirtilmektedir (Spreitzer, 1995). Buna göre çalışma kapsamında sosyal hizmet uzmanlarının iş yerindeki güç/güçsüzlükleri Miley ve diğerlerinin (2016) sınıflandırmasında olduğu gibi kişisel, kişilerarası ve sosyo-politik olmak üzere üç düzeyde ele alınmıştır.

1.KİŞİSEL DÜZEYDEKİ UNSURLAR

Sosyal hizmet uzmanlarının iş yerindeki güç/güçsüzlüklerini etkileyen kişisel unsurlar mesleği isteyerek seçme, başka bir kuruma geçme ve işi bırakma düşüncesi, doğrudan sosyal hizmet uygulaması ve alan deneyimine uygun çalıştırılma çerçevesinde ele alınacaktır.

1.1.Mesleği isteyerek seçme

Meslek seçiminin kişinin o ana kadar geliştirmiş olduğu ben kavramını tamamlayıcı bir özelliği olduğu vurgulanmaktadır (Super, 1951). Özellikle Holland'ın (1997) belirtmiş olduğu gerçekçi, araştırmacı, sanatçı, sosyal, girişimci, gelenekçi gibi kişilik tipolojilerine uygun meslek seçenlerin mutlu ve başarılı olabilecekleri belirtilmektedir (Kamaşak ve Bulutlar, 2010; Kuzgun, 2006). Ayrıca seçilen mesleğe ilgi duyulmasının kişiyi motive ettiği belirtilmektedir (Jurkiewicz ve diğ., 1998). Buna karşın mesleği rastlantısal veyahut yakınlarının baskısı gibi nedenlerle seçmenin güçsüzleştirici etkisi olduğu üzerinde durulmaktadır (Aktuğ ve diğ., 2006; Aslan ve diğ., 1997; Dolunay, 2002; Mollaoğlu ve diğ., 2010; Sayıl ve diğ., 1997). Örneğin Aslan ve diğerleri (1997) tarafından eczacı, diş hekimi, hekim, hemşire, ebe ve sağlık teknisyenlerinden oluşan 397 kişi ile yapılan araştırmada tercih yapma şansı verilse tekrar aynı mesleği seçeceğini belirtenlerin işlerinden aldıkları doyumun yüksek olduğu, işe bağlı gerginlik puanlarının düşük olduğu, kişisel başarı puanlarının yüksek olduğu, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma puanlarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer olarak Sayıl et al. (1997) tarafından iç hastalıkları servisinde çalışan 109 hemşire ve 56 doktor ile yapılan araştırmada mesleğe isteyerek girenlerin iş doyumunu yüksek bulunmuştur ve ek olarak kendi isteği dışında rastlantısal ya da yakınlarının önerisi ile mesleği seçenlerin duygusal tükenme içinde oldukları belirtilmiştir. Ankara ili Keçiören ilçesinde 366 öğretmenle yapılan bir başka araştırmada mesleği isteyerek seçen ve mesleği kendine uygun bulan öğretmenlerin duygusal tükenme ve duyarsızlaşma puanlarının anlamlı bir şekilde düşük olduğu, kişisel başarı puanlarının anlamlı bir şekilde yüksek olduğu bulunmuştur (Dolunay, 2002). Cumhuriyet Üniversitesi Hastanesi'nde ve Sivas İzzettin Keykavus Devlet Hastanesi'nde çalışan 387 hemşire ile yapılan çalışmada ise mesleği isteyerek seçenlerin mesleki ilişkilerinin daha iyi olduğu ve iş doyumlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Mollaoğlu ve diğ., 2010). Akademisyenlerle yapılan araştırmada akademisyenliği isteyerek seçenler diğerlerine göre daha az duygusal tükenme ile daha fazla kişisel başarı yaşamaktadırlar (Ardıç ve Polatçı, 2008). Ülkemiz sosyal hizmet mesleğinin çok tanınmaması nedeniyle mesleği isteyerek seçmenin daha az yaygın olabileceği, bu durumun da kişileri etkileyebileceği söylenebilir.

1.2.Başka bir kuruma geçme ve işi bırakma düşüncesi

Çalışanların demografik özellikler, psikolojik unsurlar, devamsızlık kültürü ve işletme kontrol politikası nedeniyle başka bir kuruma geçmeyi veya kurum değiştirmek istedikleri belirtilmektedir (Jex ve Britt, 2014).

Başka bir kuruma geçme ya da işi bırakma düşüncesi bireyden (emeklilik, ölüm, askerlik, hastalık, eğitim, evlilik, hamilelik ve ikâmet değişikliği) ve kurumdan kaynaklanan (ücret, kariyer ve terfi olanakları, stres, iş ve çalışma koşulları, işyerinde taciz, yönetim anlayışı, etik değerler ve iş olanakları) olmak üzere iki başlıkta ele alınabileceği belirtilmektedir (Kaplanoglu, 2014). Sosyal hizmet uzmanları ise kağıt işlerinin ve iş talebinin, ortalama dosya yükü ve görüşme sayılarının yüksek olması gibi iş yükü başlığı altında belirtilen tüm güçsüzleştirici unsurlar nedeniyle işi bırakabilmekte ya da kariyer değişikliği yapabilmekte oldukları ileri sürülmektedir (Calitz ve diğ., 2014). Sosyal hizmet uzmanlarının başta ücret gibi nedenlerden olmak üzere kurum değiştirmeyi düşünebildikleri, bunun da işteki motivasyonu düşürücü etkisi olduğu belirtilmektedir (Gellis, 2001; Güzel ve Selcik, 2017). Işıkhan'ın (1999) yapmış olduğu araştırmada da alınan ücret ve diğer kazançları yeterli görmemenin önemli bir stres kaynağı olduğu belirtilmektedir. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinde görev yapan 279 idari personelle yapılan araştırmada işini değiştirmek isteyenlerin veya başka bir iş isteyenlerin duygusal tükenme ve duyarsızlaşma puanlarının yüksek olduğu, kişisel başarı puanlarının düşük olduğu belirtilmiştir (Bakan ve Tombak, 2014). Yapılan bir çalışmada akademisyenlerden meslek değiştirme ve kurum değiştirme eğiliminde olanların duygusal tükenme ve duyarsızlaşma düzeyleri daha yüksek çıkmıştır. Diğer yandan işini değiştirmek istemeyenlerin kişisel başarı düzeyi daha yüksektir (Ardıç ve Polatçı, 2008).

1.3. Doğrudan sosyal hizmet uygulaması

Sheafor ve Horejsi (2014) doğrudan sosyal hizmet uygulamasının yüz yüze etkileşimin olduğu faaliyetleri (aile danışmanlığı, grup çalışması, vaka yönetimi vb.); dolaylı uygulamanın ise müracaatçılarla yoğun temas içermeyen fakat dolaylı olarak mürcaatçılara yarar sağlayan faaliyetleri (savunuculuk, yönetim, fon sağlama, program planlama ve değerlendirme vb.) içerdiğini belirtmektedir. Yapılan bir araştırmada sosyal hizmet uzmanlarının büyük bölümünün doğrudan sosyal hizmet uygulamasını içeren faaliyetleri gerçekleştirdiği ve bu durumun da iş doyumuna olumlu katkı sağladığı belirtilmektedir (Ceylan ve diğ., 2016). Koç (2015) çalışmasına dahil olan sosyal hizmet uzmanlarının %33'ünün sosyal hizmet alanında çalışmaya dair motivasyonlarının olmadığını ve bunun sosyal hizmet uzmanlarının doğrudan meslekleri ile ilgili birimlerde çalışmamaları ve müracaatçı ile karşılaşmamalarından kaynaklı olduğunu saptamıştır. Örneğin Acar ve diğerlerinin (2017) yapmış olduğu araştırmada uzmanların varoluşu sadece yasaları uygulamaktan ibaret olan bir memur gibi hareket etmesine bağlı olduğu ve bunun da uzmanların mesleki tükenmişlik yaşamasına neden olduğu belirtilmektedir. Bu noktada katılımcılardan biri "*Yasal mevzuat mesela engelliler için sosyal yardım sağlıyor; onun dışında, sosyal hizmet adına bir şey yok Türkiye'de, olsa da minimal düzeyde belki; çok kurumsallaşmadan, standartlaştırılmadan yapılan işler. Ondan da meslekdaşlarım vakaya gidip, vakanın temel ihtiyaçlarını görüp, gelip kurumsal hizmetlere baktığında, yeterli hizmetin olmaması nedeniyle arada sıkışıyor. Mesleğine olan inancının da bu anlamda zayıfladığını görüyorum.*" ifadesiyle mesleki tükenmişliğini gözler önüne sermektedir. Zengin ve Çalış (2017) çalışmasına dahil olan sosyal hizmet uzmanlarının büyük çoğunluğunun (%89,4) müracaatçılarla doğrudan çalışma gerçekleştirdiğini, %10,6'sının ise müracaatçılarla doğrudan çalışmadığını saptamıştır. Diğer taraftan Özbekler ve İçağasioğlu-Çoban (2009) hastane ortamlarında yaptıkları çalışmada sosyal hizmet uzmanlarının aile ve bireyle çalışma, sosyal hizmet yönetimi, grup çalışması gibi doğrudan mesleki çalışmalar yapma sıklığının düşük olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal hizmet uzmanlarının gerçekleştirdikleri müdahalelerin müracaatçıları üzerinde faydalı olduğunu görmek ve hissetmek isteyebileceğinden hareketle (Uğur ve Erol, 2015) doğrudan ve dolaylı uygulama oranında doğrudan uygulama oranının yüksek olması güçlendirici unsur olarak değerlendirilebilir. Bu çerçevede geri bildirim alabilmenin mesleki ve kişisel güç açısından önemli bir etken olduğu görülmektedir.

1.4. Alan Deneyimine Uygun Çalıştırılma

Sosyal hizmet uzmanları genelde sosyal hizmet eğitimiyle tüm rol ve işlevlere uygun yetiştirilmesine rağmen uzmanlar yıllarca çalıştıkları alanlarda uzmanlaşmakta olup sosyal hizmet uzmanlarının yetkin ve donanımlı oldukları alanlarda görev yapmaları kendi gelişimleri ve müracaatçıya sağlayacakları yarar açısından son derece önemlidir (William, 1998). Diğer bir ifade ile alan deneyimine uygun çalıştırılma sosyal hizmet uzmanlarını güçlendiren bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak sosyal hizmet uzmanlarının mesleki rollerinin ve sorumluluklarının dışındaki görevlerde çalıştırılabildikleri ve mesleki deneyimin dikkate alınmadığı (Aydemir, 2003; Berkün, 2010; Işıkhan, 2011; Koç, 2015; Kol, 2009; Merighi ve Ehlebracht, 2005; Özbekler ve İçağasioğlu-Çoban, 2009; Sheafor ve Horejsi, 2014; Yağcı, 2017) belirtilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, mesleki müdahalelerde bulunmalarına neden olan engellerin, kalabalık bekleme listeleri ve sosyal hizmetle ilgili olmayan görevlendirmeler başta olmak üzere bir dizi sorundan oluştuğunu belirtmektedirler (Whitaker ve diğ., 2006). Berkün (2010) çalışmasında, sosyal hizmet uzmanlarının bir alanda daha yetkin

olacak şekilde uzmanlaşmak istediklerini fakat yetersiz meslek elemanı olmasına karşılık müracaatçı sayısının fazla olması nedeniyle işlemleri yetiştirebilmek için birçok alanla ilgilenmek zorunda olduklarını ortaya koymuştur. Bu durum mesleki rollerindeki belirsizliğe, rol çatışmalarına, kariyere uygun olmayan görevlendirmelere neden olmakta ve bu da sosyal hizmet uzmanlarında tükenmişliğe neden olmaktadır (Işıkhani, 2011). Benzer şekilde Eğinli (2009) de çalışanların deneyimlerine uygun pozisyonlarda görevlendirilmediklerinde mutsuz oldukları ve iş doyumlarının azaldıklarını belirtmektedir.

2. KİŞİLERARASI DÜZEYDEKİ UNSURLAR

Sosyal hizmet uzmanlarının iş yerindeki güç/güçsüzlüklerini etkileyen kişilerarası unsurlar meslektaşlarından destek ve öneri alma, tüm meslek elemanlarının ortak bir amaca sahip olması, amir yönlendirmesi, üstler ile yaşanan sorunlar, yönetimin tutumu ve yönetim ile ilişkiler çerçevesinde ele alınacaktır.

2.1. Meslektaşlarından Destek ve Öneri Alma

Genel olarak destek ve öneri almanın çalışanların kişisel ve mesleki gelişimlerini desteklediği, mesleki doyumunu ve çalışma verimini arttırdığı, kaynakların etkin kullanılmasını sağladığı, vaka yönetimi konusunda yol gösterdiği, olumsuz duyguların üstesinden gelmesinde yardımcı olduğu, uzmanların plan yapabilmeye becerisini geliştirdiği belirtilmektedir (Brashears, 1995; Bujdová ve Kmec, 2012; Carpenter ve diğ., 2017; Kadushin ve Harkness, 2014). Destek ve öneri konusunun önemi, yapılan çalışmalarla desteklenmektedir. Rize ilinde bulunan 12 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan nitel araştırmada özellikle mesleğin başlangıç yıllarında sosyal hizmet uzmanlarının kendi içlerindeki dayanışma ile birbirlerine destek oldukları, vakalarla ilgili birbirlerine öneri sundukları belirtilmiştir (Güzel ve Selcik, 2017). Aynı araştırmada katılımcılardan biri *“Kurumu tanıyarak ve bilerek geldim. Benim için artı bir şey oldu; ama tabii ki işleyiş konusunda her zaman T. Bey, siz de tanıyorsunuz, baya bir deneyimli olduğu için [...] benim açıkçası o anlamda sıkıntıya düştüğüm vakalarda hani tecrübeli olan insanlara çalışanlara sorup çözüm aramaya çalıştım”* diyerek deneyimli meslektaşlarından aldığı destek ve önerinin önemine dikkat çekmektedir. Özellikle sosyal hizmet uzmanlarının sözel veya fiziksel saldırı ile karşı karşıya kaldıklarında başta meslektaşlarından olmak üzere kurum personelinden destek görmelerinin işteki motivasyonlarını arttırdığı vurgulanmaktadır. Aksi takdirde sosyal hizmet uzmanları yalnızlık, tedirginlik ve kaygı hissedebilmektedirler. Sosyal hizmet uzmanları mesleğe yeni başladıklarında ya da ileri süreçlerde kurum/kuruluşun zorunlulukları ve yerel beklentiler arasında ortaya çıkan gerilimleri giderme ve profesyonelliğe aykırı olarak değerlendirilen mesleki yaşamın bireyselleştirilmesi ile karşı karşıya kaldıklarında (Pugh, 2007) meslektaşların desteği ile bunun üstesinden gelebileceği belirtilmektedir. Aksi takdirde sosyal hizmet uzmanları meslektaşları tarafından kötü bir şekilde motive edilme (Gellis, 2001) ile karşı karşıya kalabilmektedir.

Sosyal hizmet uzmanlarının meslektaşlarından destek ve öneri alamayanların ve ek olarak meslektaşları ile çatışma yaşayanların stresle karşı karşıya kaldıkları ve diğer taraftan destek almanın koryucu bir etkisi olduğu belirtilmektedir (Acar ve diğ., 2017; Işıkhani, 1999; Lloyd ve diğ., 2005). Sosyal hizmet uzmanları arasında formel ya da informal destek mekanizmalarının olmamasının stresi arttıran bir yönü olduğu belirtilmektedir (Cherniss, 1980; Cooper, 1981; Işıkhani, 1999). Bu yüzden sosyal hizmet uzmanlarının stresle başa çıkabilmeleri için uygun formal ve informal destek sistemlerine ihtiyaç olduğu ifade edilmektedir (Collins, 2007). Ayrıca meslektaşların bir birine destek olmadığı bir çalışma ortamında sosyal hizmet uzmanlarının kendilerini kurumlarından ve meslektaşlarından soyutlanmış hissedebileceği belirtilmektedir (Chandler, 1987).

Formel destek sistemlerinden olan süpervizyon sisteminde süpervizörlerden gelen sosyal desteğin duygusal tükenmeyi azalttığı ve kişisel başarıyı arttırdığı belirtilmiştir (Yürür ve Sarıkaya, 2012). Ancak bu sistemde de süpervizör ile bir araya gelmede zorluk yaşandığı, süpervizör tarafından yetersiz destek verildiği ve verimsiz ve yetersiz süpervizyon süreçlerinin yaygın olduğundan bahsedilmektedir (Gellis, 2001). Sosyal hizmet uzmanlarının meslektaşlarından destek alması dışında bu desteğin sistemli bir şekilde sunulması önemli olmakla beraber ülkemizde maalesef böyle bir sistem bulunmamaktadır. Süpervizyonunun sosyal hizmet bölümlerinde lisans ve lisansüstü eğitim veren üniversitelerde öğretim elemanları tarafından verilen bir ders olarak kaldığı, bunun ötesine geçemediği ve bu durumun da sosyal hizmet alanındaki yansımalarının olumsuz olduğu vurgulanmaktadır (Acar ve diğ., 2017).

2.2. Tüm Meslek Elemanlarının Ortak Bir Amaca Sahip Olması

Aynı amaç uğruna takımın bir parçası gibi çalışmanın motivasyon sağladığı belirtilmektedir (Jurkiewicz ve diğ., 1998). Gellis (2001) sosyal hizmet uzmanlarının, çalışma arkadaşlarının kendi işlerini yapmamasından

şikayet ettiklerini, her uzmanın aynı hassasiyetle müracaatçıya dönük çalışmalarını gerçekleştirmediğini belirtmektedir. Ek olarak çalışma arkadaşları tarafından ortak amaca uymayacak şekilde olumsuz bir şekilde motive edildiklerini yönünde ifadeleri olduğunu dile getirmektedir. Örneğin sosyal hizmet uzmanı kendi alanından olmayan bir yönetici ile çalışmak durumunda kaldığında, ciddi sorunlar yaşayabildikleri, aynı dili konuşamadıkları, bunun da müracaatçıların ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda sorun yarattığı, aynı dili konuşamadıklarında sosyal hizmet uzmanının müracaatçıları ile ilgilenmek yerine neden böyle yaptığını, kendini ve mesleğini anlatmak zorunda kaldığı, bu durumun da uzmanlarda tükenmişliğe ve yılgınlığa yol açabildiği belirtilmektedir (Acar ve diğ., 2017). Bu nedenlerden hem yöneticilerin hem de çalışanların ortak bir amaca sahip olması gerekmektedir. Ayrıca Frans (1993) sosyal hizmet uzmanlarının kişisel ve mesleki güçlerini değerlendirirken kurumdaki tüm çalışanların ortak bir amaca sahip olması değişkeninin de hesaba katılmasını belirtmektedir. Hatta bu ifadeye geçerlilik ve güvenilirliğini yapmış olduğu kişisel ve mesleki güç algıları ölçeğinin "kolektif kimlik" alt boyutu altında yer vermiştir. Belirtilen ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Kıriloğlu ve Karakuş (2019) tarafından yapılmış olup ölçeğin yapı geçerliliğinde yapılan doğrulayıcı faktör analizi çalışmasına katılan 401 sosyal hizmet uzmanının %24,2'si kurumundaki tüm çalışanların ortak bir amaca sahip olmadığını, %35,4'ü ise kurumundaki tüm çalışanların ortak bir amaca sahip olup olmadığını konusunda emin olmadıklarını belirtmişlerdir.

2.3. Amir Yönlendirmesi

Amir yönlendirmesinin meslekî değerlerin yaşama geçirilmesi gibi birçok noktada tıknanan sosyal hizmet uzmanlarının önünü açabileceği, özellikle de mesleğe yeni başlayan sosyal hizmet uzmanlarının hangi durumda ne yapacaklarını ve duruma ilişkin ne tür bir yol izleyeceklerinin amir yönlendirmesi ile mümkün olabileceği, uzmanların mesleki deneyimi arttırabileceği, müracaatçıların beklentilerine uygun hizmetin geliştirilmesinde önemli olduğu belirtilmektedir (Acar ve diğ., 2017; Güzel ve Selcik, 2017; Storey ve Billingham, 2001). Yapılan bir araştırmada katılımcılardan biri "*Genelde şey yapıyoruz işte müdürümüze danışıyoruz, müdür yardımcımıza danışıyoruz*" diyerek amir yönlendirmesinin önemine dikkat çekmektedir (Güzel ve Selcik, 2017). Güney Galler'de sosyal hizmetler departmanında çalışan sosyal hizmet uzmanları ile yapılan bir araştırmada uzmanların yöneticilerin yönlendirmesi ve desteğinin olmamasından şikâyet ettikleri ve bu durumun da kendileri için bir stres kaynağı olduğu belirtilmektedir (Storey ve Billingham, 2001). Sosyal hizmet uzmanlarının iş streslerinin azaltılarak mesleki tatminlerinin sağlanması için çalıştıkları kurum ve kuruluş amirleri tarafından iş koşullarının, uzmanların mesleki ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenmesinin önemli olduğu belirtilmektedir (Zengin ve Çalış, 2017).

Literatürde Cherniss (1980) amir yönlendirmesinin bürokratik işlemlerden öteye geçmemesini eleştirmektedir. Collins (2007) destek sistemlerinin sosyal hizmette iki kategoride ele alındığını, bunların yönetim kademeleri, değerlendirme sistemleri ve süpervizyonu içeren formal destek sistemleri; sosyal hizmet ortamlarının içinden ya da dışından gelen desteği içeren informal destek sistemleri olduğunu belirtmektedir. Özellikle bu noktada formal destek sistemlerinin sosyal hizmet uzmanları için önemli bir destek kaynağı olduğu belirtilmekte ve bu kaynağın harekete geçmesinde ve işlevsellik kazanmasında amirlerin yönlendirmesinin önemi vurgulanmaktadır (Collings ve Murray, 1996). Uğur ve Erol (2015) da benzer olarak yöneticilerin kendileri dahil olmak üzere süpervizör ve sosyal hizmet uzmanlarını içeren bir sosyal destek sisteminin oluşturması yönündeki çabaların üzerinde durmaktadır.

2.4. Üstler ile Yaşanan Sorunlar

Üstlerin alana uzak meslek elemanlarından olmaları, gerekli ya da uygun bakış açısıyla yaklaşamamaları, uzmanların sistematik biçimde uygulanan kötü muamele ile karşı karşıya kaldıkları ve yaptıkları iyi uygulamalar karşısında takdir edilmedikleri nedenleri ile üstlerle soyun yaşanabildiği (Abu-Bader, 2000; Ceylan ve diğ., 2016; Çetin ve diğ., 2015; Gellis, 2001; Koç, 2015) belirtilmektedir. Sosyal hizmet uzmanları iş yerlerindeki mesleki destek ve ilginin yok olmasından, yönetim ile bölünmelerin şiddetlenmesinden şikâyet etmektedirler ve bu durumun da üstler ile yaşanan sorunları arttırdığı belirtilmektedir (Jones, 2001). Örneğin eğitim alanında yapılan bir çalışmada üstlerden takdir görmeyenlerin duygusal tükenme ve duyarsızlaşma puanlarının anlamlı bir şekilde yüksek olduğu, kişisel başarı puanlarının anlamlı bir şekilde düşük olduğu bulunmuştur (Dolunay, 2002).

2.5. Yönetimin Tutumu

Türkiye'de sosyal hizmet uygulamalarının yönetimin tutum ve anlayışına göre belirlendiği ve sosyal hizmet mesleğinin personel ve yöneticiler tarafından yeterince tanınmadığı ifade edilmektedir (Özbesler ve İçağasıoğlu-Çoban, 2009). Ayrıca sosyal hizmet uzmanlarının yaptığı işin mahiyeti yöneticiler tarafından tam

olarak kavranamaması (İçağasıoğlu-Çoban ve Özbesler, 2016) da yönetimin tutumunu etkilemektedir. Acar ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmada katılımcılardan biri “Kurumda meslekî çalışmalarımızın miadı 10 yıl. Arkadaşlarımız, bu 10 yıl içerisinde bulunan arkadaşlarımız da hep, kendilerini var etmeye çalışıyorlar sisteme karşı. Sistem hala bizi içine almış ve benimsemiş değil.” ifadesiyle Türkiye’de sosyal hizmetin içinde bulunduğu durumu özetlemektedir. Ceylan ve diğerleri (2016) tarafından farklı kurum ve alanlarda çalışan 192 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan araştırmada idarecilerin çoğunluğunun sosyal hizmet alanlarına, yöntem ve tekniklerine yabancı olduğu, sosyal hizmet alanlarında görev yapan idarecilerin sosyal hizmet uzmanlarını yönetme ve yönlendirme konusundaki yetersiz oldukları ve sosyal hizmet uzmanlarını nasıl çalıştıracaklarını bilmedikleri ortaya koyulmuştur. Buna ek olarak sosyal hizmet uzmanlarının amirlerinin sadece %25’inin kendi mesleklerinden olduğu, %25’inin ise imam, işletmeci, iktisatçı ve gazeteci gibi mesleklerden oluştuğu bulunmuştur. Bunların yanında sosyal hizmet uzmanlarının, yöneticileri ile meslektaş olmamaları ve yöneticilerin alana uzak olmalarından negatif yönde etkilendikleri ve bu etkinin motivasyon ile anlamlı farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir (Çetin ve diğ., 2015). Benzer olarak “çalıştığı kurumda idarenin mesleğine ilişkin düşünce ve tavırları” ile çalıştığı kurumdaki amirinin mesleği arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Sosyal hizmet uzmanları üzerinde en yüksek olumlu etki düzeyine sahip amirin mesleği %70 ile “sosyal hizmet uzmanı” iken en yüksek olumsuz etki düzeyine sahip amirin mesleği % 43 ile “öğretmen” olarak görülmektedir (Ceylan ve diğ., 2016). Ayrıca sosyal hizmet kurumlarında yapılan işleri önemsememesi ve gerçekleştirilen iyi işlerin onaylanmaması ve takdir edilmemesi yönündeki yönetim tutumlarının çalışanları olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Gellis, 2001; Işıkhana, 1999).

2.5.Yönetim İle İlişkiler

Sosyal hizmet alanında çalışanların yönetim ile yaşadıkları sürtüşme ve sorunların çalışanların iş motivasyonunu etkilediği, yönetimle farklı görüşlerde olma ve yönetsel uygulamaları eleştirememenin yönetim ile ilişkilerde strese neden olduğu vurgulanmaktadır (Gellis, 2001; Işıkhana, 1999). Ayrıca yönetim ile kurulan ilişkinin boyutu ile yönetim ve kuruma duyulan güven arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır (Özarallı ve Torun, 2011; Uz, 2006; Yalçınkaya, 2007). Örneğin çeşitli kamu kuruluşlarında görev yapan 262 memur ile yapılan araştırmada memurların yönetim ile ilişkileri ve güven arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur (Uz, 2006). Yalçınkaya (2007) Kütahya’da faaliyet gösteren en büyük üç şirketin çalışanları ile yaptığı araştırmasında çalışanların yönetim ile ilişkilerinin iyi olmasının yönetime olan güveni artırmanın yanında kurum içerisinde çalışanların yaratıcılıklarının ortaya çıkmasına da anlamlı katkı yaptığı bulunmuştur. Çeşitli kurumlarda orta ve alt kademelerde çalışan 131 kişi ile yapılan farklı bir çalışmada biçimsel iletişim kanallarının açık ve verimli çalışması sağlanarak çalışanlar ile yönetim arasında oluşturulan iyi ilişkilerin güven ortamını sağladığı ifade edilmektedir (Özarallı ve Torun, 2011).

3.SOSYO-POLİTİK DÜZEYDEKİ UNSURLAR

Sosyal hizmet uzmanlarının iş yerindeki güç/güçsüzlüklerini etkileyen sosyo-politik unsurlar güvencesizlik, işi yapılma şekli konusunda müracaatçılardan ve üstlerden gelen baskı, çalışma yoğunluğu, görüşme sayısı, vaka sayısı, çalışma ortamı, otonomi ve terfi imkanı çerçevesinde ele alınacaktır.

3.1.Güvencesizlik

Çalışma, toplum içerisinde gerçekleştirilen çekirdek eylemlerden biri olarak gösterilmektedir. Ayrıca çalışmanın bireysel kimliğin merkezi olduğu, bireyleri birbirine bağladığı ve sınıf sistemi içinde insanları yerleştirdiği belirtilmektedir (Kalleberg, 2009). Güvenceli bir işin, istikrarlı ve güvenli bir gelecek sunmasının iş yaşamındaki motivasyonel etmenlerden biri olduğu ifade edilmektedir (Jurkiewicz ve diğ., 1998). Bununla bağlantılı olarak çalışma yaşamında çalışanların güvenceli çalışması diğer bir ifade ile kadrolu işlerinin olmasının çalışanların belirsizlikten kaynaklı düşüncelerden uzak kalarak zihinsel sağlıklarını koruduğu, çalışma yaşamındaki stresi azalttığı, güvenceli çalışmanın çalışanların iş yapma becerisini geliştirdiği, mesleki ilişkilerini güçlendirdiği, çalışanların yaptığı işten gurur duymasını sağladığı gibi bir dizi önemli hususlar vurgulanmaktadır (Benach ve Muntaner, 2007; Clarke ve diğ., 2007; Kim ve diğ., 2008; Kim ve diğ., 2008; Lewchuk ve diğ., 2003; Menéndez ve diğ., 2007; Min ve diğ., 2016; Siefert ve diğ., 1991).

Güvencesiz çalışma koşullarının esneklik, etkinlik ve modernizasyona yönelik itici güçlerin bir sonucu olduğu (Jones, 2001; Spolander ve diğ., 2014) sosyal hizmetin güvencesiz çalışma koşullarından olumsuz bir şekilde etkilendiği ve bu durumun da müracaatçılar ve sosyal hizmet uzmanları için olumsuz sonuçları olduğu vurgulanmaktadır (Min ve diğ., 2016; Özcan ve diğ., 2017; Seifert ve diğ., 2007; Spolander ve diğ., 2014).

Örneğin ülkemizde Özcan ve diğerleri (2017) tarafından güvencesiz çalışan 14 sosyal hizmet uzmanı ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda güvencesiz çalışan sosyal hizmet uzmanlarının bireysel düzlemde kendilerini belirsizlik içinde hissettiği, toplumsal düzlemde ise müracaatçı yararına çalışmadan uzaklaştıkları, güvencesiz çalışmanın etkilerinin bireysel düzlemin ötesinde toplumsal boyuta taşınarak bireylerin hizmet alma ihtiyaçlarının önüne geçtiği tespit edilmiştir. Güvencesiz çalışıldığında bireyler işlerini kaybetme korkusuyla mesai saatleri dışında da çalışmayı kabul etmekte, bu durumu kabullenmediklerinde ise işini kaybedeceğini ya da iş yerinde baskı ile karşılaşacağını düşünmektedirler. Uzmanlar iş yerlerinde işverenin o anki ihtiyacına uygun olarak görevlendirilebilmektedir. Bu çerçevede verilen işlerin kendi mesleğine uygun olup olmadığının önemi olmamaktadır. Uzmanlar ise bu duruma itiraz edememektedirler. Yapılan araştırmada katılımcılardan birinin ifadesi durumu özetler niteliktedir: *"Bu kadroda çalışmanın dezavantajları çok fazla. Bunlardan bir tanesi, joker eleman olarak gözükmek. Yani nerede meslek dışı bir iş olsa, sosyal hizmet uzmanının yapmayacağı, yapamayacağı bir iş olsa oraya gönderilmek. Bu, karton taşımak olabiliyor, duvara resim asmak, çivi çakmak, araba ayarlamak, basın-yayının yapması gereken işleri yapmak olabiliyor; yani diğer bütün farklı görev ve sorumlulukları sizin üzerinize yükleyebiliyorlar. Ama ben kadrolu olmuş olsaydım fark tabii ki de olurdu; "Hayır, bu benim işim değil, beni koruyan bir yasam var, 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa tabiyim" derdim ve o zaman yapmazdım. Ama şu anda, "Hayır kardeşim, ben bunu yapmıyorum, benim işim bu değil" diyemiyorum, mecburen yapıyorum. Böyle olunca da verdiğim hizmetin kalitesi ve sınıfı değişmiş oluyor"*. Güvencesiz çalışmanın sosyal hizmet uzmanı ve müracaatçılar arasındaki uzun vadeli ilişkilerini içeren üç sosyal hizmet alanına (yetişkin eğitimi, özel eğitim ve kadın konukevi) ilişkin yapılan başka bir araştırmada ise güvencesiz çalışmanın, sadece istihdam biçiminden dolayı değil aynı zamanda uzmanın işini yapma becerisi ve yaptığı işten gurur duyma becerisi üzerinde de olumsuz bir etkiye sahip olduğu ve bu yolla uzmanın zihinsel sağlık durumunu da etkileyebildiği; ayrıca, başarılı ve üretken çalışmanın dayandığı kişiler arası ilişkilerin zayıflamasına da neden olabildiği belirtilmektedir (Seifert ve diğ., 2007). Taşeron olarak çalışan 19 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan nitel araştırmada sosyal hizmet uzmanlarının mecbur kaldıkları için taşeron çalıştıkları ve mümkün olsa kadroya geçmek istedikleri, kadrolu sosyal hizmet uzmanlarına göre çalışma saatlerinin daha fazla olduğu, kadrolu sosyal hizmet uzmanları arasında maaş farkı olduğu, iş kaybı korkusu yaşadığı, kadrolu sosyal hizmet uzmanlarına göre iş yükünün daha fazla olduğu, yasal izin haklarını kullanımları ile ilgili kadrolu sosyal hizmet uzmanlarına göre daha kısıtlı oldukları, İş Kanun'daki hakları konusunda yeteri kadar bilgiye sahip olmadıkları, sendikal faaliyetler konusunda yeterince bilgilendirilmediklerinden dolayı bu faaliyetlere katılmadığı belirlenmiştir (Kalaycı-Kırılıoğlu ve diğ., 2017). Benzer olarak 2008 Kore Halk Sağlığı Araştırması verileri kullanılarak 51.322 katılımcı (40.514 kadrolu işçi ve 10.808 güvencesiz işçi) ile yapılan bir araştırmada güvencesiz işçilerin kadrolu işçilere göre hastanelere ve dişhekimlerine erişim ile ilgili risk altında olduğu; güvencesiz işçiler arasında doktor kontrollerindeki farklılıkların çoğunlukla yeterli paraya sahip olmamaya bağlantılı olduğu, güvencesiz çalışanlar arasında çekap ve kanser taramaları gibi önleyici ve koruyucu tıbbi hizmetleri alamama riskinin anlamlı bir şekilde yüksek olduğu bulunmuştur (Min ve diğ., 2016).

3.2.Müracaatçılardan ve Üstlerden Gelen Baskı

Baskı, *"hak ve özgürlükleri kısıtlayarak zor altında bulundurma durumu, tahakküm"* (TDK, 2018) olarak tanımlanmaktadır. Kurum/kuruluşlardaki siyasi baskılar gibi nedenlerden dolayı sosyal hizmet uzmanı hizmet alan kişi ile ilgili verdiği karar neticesinde müracaatçının maddi-manevi zarar görmesine yol açarak etik ihlale yol açabilmektedir (Acar ve diğ., 2017). Sosyal hizmet uzmanlarının klasik memur tanımlamasının ötesindeki rol ve sorumluluğunu (Acar ve diğ., 2017; Barker, 1995; Dominelli, 2017; Staudt, 1985) yerine getirmeye çalışıldığında da baskı ile karşılaştığı söylenebilir. Sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçılardan ve üstlerden gelen baskılardan dolayı mesleki değerler ve yönetsel değerler arasında kalabildikleri belirtilmektedir. Örneğin yapılan bir araştırmadaki katılımcılardan biri basına yansımam diye tepeden inme kararlar verebildiklerini ya da bir başka katılımcının ifade ettiği gibi müracaatçıların tanıdığı baskısı ile sosyal inceleme raporunun farklı şekilde yazılarak karar değiştirilebildiği ifade etmektedirler (Güzel ve Selcik, 2017). Yine başka bir çalışmada kurum idarecilerinin sosyal hizmet uzmanlarından kendi seçtikleri kişilere sosyal yardım bağlanmasını ya da kendi istedikleri kişilerin kurumlara alınmasını talep ettikleri, uzmanların bu konudaki meslekî bilgi ve donanımlarını hiçe saydıkları, bu durumun sosyal hizmet uzmanlarının kendilerini baskı altında hissetmelerine neden olduğu, müracaatçıların durumlarına uygun olmayan hizmetlerin sunulmasına yol açtığı ve müracaatçılar arasında hizmete erişimde eşitlik ve tarafsızlık ilkesinin bozulmasına yol açtığı belirtilmektedir. Böylece baskı nedeniyle uzmanın verdiği karar müracaatçılar ile ilgili değer harcamasına neden olabilmektedir (Acar ve diğ., 2017). Başka bir araştırmada siyasal nitelikteki baskı ve müdahalelerin çalışanların çalışma disiplinini etkilediği belirtilmektedir (Işıkhani, 1999). Ayrıca yöneticiler

tarafından sosyal hizmet uzmanlarının maksimum sayıda vaka almasına yönelik büyük bir baskı olduğu belirtilmektedir (Jones, 2001).

3.3.İş Yükü (Çalışma Yoğunluğu, Görüşme Sayısı ve Vaka Sayısı)

Sosyal hizmet uzmanlarının mesleki olarak sorumluluklarını yerine getirerek etkili müdahaleler tasarlayabilmesi ve etkili müdahaleler için her müracaatçıya yeterli zaman ayırabilmesinin yolunun ara elemanlar yolu ile sağlanabileceği belirtilmektedir. Ara elemanların yardımı ile sosyal hizmet uzmanlarını mesleki çalışmadan alı koyan etmenlerin (sekretarya işleri vb.) de ortadan kaldırılacağı ifade edilmektedir (Tomanbay, 2011). Çünkü bu tarz işler sosyal hizmet uzmanlarının vakitlerini çok fazla almaktadır ve yapmaları gereken asıl işleri engellemektedir. Sosyal hizmet uzmanı başına düşen görüşme ve vaka sayısının, müracaatçıların bütüncül değerlendirmesini veya tüm yönlerini içerecek şekilde yapılabilmesine olanak sağlaması ve vaka takibine izin vermesi gerektiği vurgulanmaktadır (Acar ve diğ., 2017; Dominelli, 2010, 2015). Ancak esneklik, etkinlik ve modernizasyona yönelik itici güçlerin bir sonucu olarak (Jones, 2001; Spolander ve diğ., 2014) hizmetlerin niteliğinden ziyade niceliğini ortaya çıkaran bir anlayışın hüküm sürdüğü günümüzde sosyal hizmet uzmanlarının nitelikli uygulamalar yapmasının önünde engel teşkil ettiği söylenmektedir (Acar ve diğ., 2017; Dominelli, 2010, 2015). Literatürde yapılan çalışmalarda sosyal hizmet uzmanlarının yoğun iş yükü altında ezildikleri, çalışma yoğunluğunun diğer meslek elemanlarına göre fazla olduğu, sosyal hizmetin bürokratikleştirilmesinden kaynaklı kâğıt işlerinin ve iş talebinin çok olduğu, ortalama dosya yükü ve görüşme sayılarının yüksek olduğu, bu durumun iş doyumlarını düşürdüğü, tükenmişliklerini arttırdığı belirtilmektedir (Amir ve Kihoro, 2014; Arches, 1991; Balanuye, 2014; Basım ve Şeşen, 2005; Benzur ve Michael, 2007; Berkün, 2010; Blomberg ve diğ., 2014; Butler, 1990; Calitz ve diğ., 2014; Ceylan ve diğ., 2016; Chandler, 1987; Coffey ve diğ., 2004; Collings ve Murray, 1996; Gellis, 2001; Güzel ve Selcik, 2017; Hablemitoğlu ve Özmete, 2012; Işıkhana, 1999, 2010; Johnson ve diğ., 2005; Jones, 2001; Kalliath ve Kalliath, 2013; Karacaoğlu ve Çetin, 2015; Kim ve Stoner, 2008; Lloyd ve diğ., 2002; Lloyd ve diğ., 2005; Parry-Jones ve diğ., 1998; Powell ve diğ., 2013; Robinson, 2013; Storey ve Billingham, 2001; Yürür ve Sarıkaya, 2012). Merighi ve Ehlebracht (2005) çalışmalarında, eğitim süreçlerinde herhangi bir yeri olmamasına ve meslekleriyle doğrudan ilişkili olmamasına rağmen sosyal hizmet uzmanlarının çoğunun sekretarya işleri ile, müracaatçıların ulaşım, konaklama gibi giderlerini karşılamakla uğraştıklarını belirtmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda, meslek dışı sorumluluklar almak zorunda kalan sosyal hizmet uzmanlarının iş doyumlarının düşük olduğu ve duygusal açıdan iyi olmadıkları ortaya konmuştur. Kurum, kuruluş amirine vekalet, toplantılarda ya da faaliyetlerde kurum temsili, kurum içi personel toplantıları, özel günlerde yapılacak kutlama ve etkinlikler için hazırlıklar gibi faaliyetler mesleki çalışmaların yapılmasına engel olmaktadır (Berkün, 2010; Sheafor ve Horejsi, 2014; Yağcı, 2017). Ayrıca iş yükü nedeniyle önemli derecede stres altındaki sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçıları adına iyi bir değerlendirme yapamayacakları belirtilmektedir (Pugh, 2007).

3.4.Çalışma Ortamı

Çalışma ortamının etik sosyal hizmet uygulamasına elverişli olması, çalışma ortamında örgütsel ve sosyal hizmet uygulama hedefleri arasında uyumun olması, hizmet kullanıcılarının çıkarlarının korunduğu ve iyi uygulama standartları ve kaliteli hizmetlerin tesisinin sağlandığı gibi bir dizi hususları barındırması gerektiği belirtilmektedir (AASW, 2010; IFSW, 2012). Sosyal hizmetin süreç odaklı bir meslek olması çalışma ortamından etkilenmesinin en önemli nedeni olarak sunulmaktadır (Acar ve diğ., 2017). Hatta çalışma ortamının etik ihlâl ve sorunları engelleyebilen bir yönünün olduğu vurgulanmaktadır. Örneğin mahremiyeti ve gizliliği garanti altında alan bir görüşme odasının olmasının önemi üzerinde durulmaktadır (Kadushin ve Kadushin, 2016). Çalışma ortamının sosyal hizmet uzmanlarını, kendini geliştirmesine olanak tanınması, duygusal destek sağlaması, çalışma ilkeleri açısından etkilediği ifade edilmektedir (AASW, 2010; IFSW, 2012; Jones ve Truell, 2012; Wagner ve diğ., 2001). Ayrıca çalışma ortamının kişiyi motive edici bir özelliği olduğu belirtilmektedir (Jurkiewicz ve diğ., 1998)

Sosyal hizmet uygulamasında çalışma ortamının etik uygulamayı destekleyecek şekilde düzenlenmesi gerektiği (Jones ve Truell, 2012) vurgulanmasına rağmen sosyal hizmet kuruluşlarının fiziki şartlarının ve çalışma ortamlarının elverişsiz olduğu vurgusu birçok çalışmada yapılmaktadır (Chandler, 1987; Cherniss, 1980; Cooper, 1981; Gellis, 2001; Güzel ve Selcik, 2017; Hablemitoğlu ve Özmete, 2012; Işıkhana, 1999; Lloyd ve King, 2004; Lloyd ve diğ., 2002; Lloyd ve diğ., 2005; Storey ve Billingham, 2001). Örneğin Güzel ve Selcik (2017) yaptıkları araştırmada 9 sosyal hizmet uzmanının ve farklı birimlerin bir odada olacak şekilde hizmet vermeye çalıştığı, gün içinde çalışma disiplini bozan birçok faktörün olması nedeniyle sosyal inceleme raporlarını tamamlamadıkları, görüşme odasının olmaması ya da görüşme odasının farklı amaçlar için

kullanılmasından dolayı müracaatçı görüşmelerinin bölünmesi, nöbet odasının uygunsuzluğu, 9 sosyal hizmet uzmanının aynı odada olmasından dolayı herkesin aynı işi yapıyormuş gibi bir algı oluştuğu, bunun da müracaatçıların aldıkları hizmet kalitesini ve sosyal hizmet uzmanlarının kişisel gelişimlerini olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir. Gellis (2001) de benzer olarak sosyal hizmet kuruluşlarında yetersiz ve verimsiz araç-gereçlerin olduğunu, sık sık yarıda kesilmenin yaşanabildiğini, çalışma alanının gürültülü olduğunu, çalışma ortamlarında kişisel zamana yeteri kadar vakit ayrılmadığını vurgulamaktadır. Sosyal hizmet uzmanları bir konu hakkında bilgi sahibi olabilmek için kuruluşlarının yeterli bilimsel ve mesleki donanımına sahip olmadığından şikayet edebilmektedirler. Özellikle kurumlardaki bilgisayarların filtreli olması kimi konulardaki aramaları engelleyebildiği vurgulanmaktadır (Güzel ve Selcık, 2017). Çalışma ortamlarında gerekli kaynaklardan yoksunluk (Chandler, 1987; Hablemitoğlu ve Özmete, 2012; Lloyd ve diğ., 2005) ve işyerinde yeterince gizlilik ve mahremiyetin olmamasının (Hablemitoğlu ve Özmete, 2012) çokça vurgulanan konular arasında olduğu görülmektedir. Çalışma ortamının önemi yapılan çalışmalarda ortaya çıkmaktadır. Örneğin çalışma ortamlarında mesleki yönden kendini geliştirme olanaklarının yaratılmasının sosyal hizmet uzmanlarının stresle baş etmesine kolaylık sağladığı belirtilmektedir (Cherniss, 1980; Cooper, 1981; Işıkkhan, 1999). Eğitim alanında yapılan başka bir çalışmada çalışma ortamından memnun olan öğretmenlerin duygusal tükenme ve duyarsızlaşma puanlarının anlamlı bir şekilde düşük olduğu, kişisel başarı puanlarının anlamlı bir şekilde yüksek olduğu bulunmuştur (Dolunay, 2002).

3.5.Otonomi

Literatürde otonomi iş eylemleri üzerinde kontrol, bağımsız hareket edebilme/bağımsız karar verebilme, karar alma özgürlüğü (Lawler ve Hage, 1973; McCloskey, 1990) olarak tanımlanmaktadır. Sosyal hizmet uzmanları aldığı eğitim, sahip olduğu etik ilkeler ve yerine getirmesi gereken rol ve işlevleri nedeniyle belirli bir otonomiye sahip olması gerektiği üzerinde durulmaktadır (Lymbery, 1998; Munson, 1996). Hatta otonomi olmadan sosyal hizmet uzmanlarının güçlendirme çalışmalarına katılamayacağı söylenmektedir (Dominelli, 2002, 2017). Özellikle çalışanların önemli kararlar konusunda etkin rol alacak otonomiye sahip olmasının motivasyonu olumlu bir şekilde etkilediği belirtilmektedir (Jurkiewicz ve diğ., 1998)

Spolander ve diğerleri (2014) neoliberalizm ve sosyal hizmet ile ilgili yapmış oldukları çalışmada sosyal hizmetin müracaatçılara yönelik bütüncül değerlendirme perspektifinin kaybedildiği, ekolojik ve güçlendirme yaklaşımının aksine yapısal eşitsizlikler ile kurulan bağdan uzaklaştığı sonucuna ulaşmışlardır. Spolander ve diğerlerinin (2014) çalışması Dominelli'nin bahsettiği konu ile örtüşmektedir. Dominelli sosyal hizmet uzmanlarının neoliberalizm karşısında otonomilerini kaybettiğini, sosyal hizmet mesleğinin standart formları doldurmaktan ibaretmiş gibi algılandığını, oysa bundan çok daha fazlasını barındırdığını ve sosyal hizmet uzmanlarının bütüncül değerlendirmesini her daim yapması gerektiğini belirtmektedir (Dominelli, 2010, 2015). Hålbuki Thompson (2013) sosyal hizmetin gerçekleştirilebilmesi için üzerinde düşünülmesi, zaman harcanması gerektiği, mekanik bir şekilde yapılamayacağı üzerine durmaktadır. Bireylerin biricikliğinden hareketle bireyselleştirilmiş ve ihtiyaca odaklanan hizmet sunumunun (Acar ve diğ., 2017) ancak otonomi ile mümkün olabileceği söylenebilir.

Sosyal hizmet uzmanlarının iş yerinde sahip olduğu otonominin kişisel ve mesleki güç algısı ile ilişkili kavramlardan olduğu, hem güçlendiren hem de güçsüzleştiren tarafı olduğu belirtilmektedir (Abu-Bader, 2000; Aghove diğ., 1993; Arches, 1991; Oktay, 1992; Poulin, 1996; Poulin, 1994; Poulin ve Walter, 1992). Örneğin Katı ve bürokratik sınırlamaların sosyal hizmet uzmanlarının otonomilerini engellediği belirtilmektedir (Lawler ve Hage, 1973). Acar ve diğerleri (2017) tarafından 59 kişi ile yapılan nitel çalışmada siyasî baskının hizmetin hemen hemen her aşamasında meslek elemanları üzerinde kendisini hissettirdiği ve bu nedenle profesyonel özerkliğin kaybına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İsrail'de 218 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan çalışmada iş yerinde daha yüksek otonominin daha yüksek doyumla ilişkili olduğu, iş doyumunu ve tükenmişliğin otonomi düzeyinden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır (Abu-Bader, 2000). Yine Massachusetts kentinde çalışmakta olan 275 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan çalışmada otonomiden yoksun olmak tükenmişliğin temel bileşeni olarak gösterilirken diğer taraftan algılanan otonominin iş doyumunun temel bileşenlerinden olduğu belirtilmektedir (Arches, 1991). AIDS hastaları ile çalışan 128 tıbbi sosyal hizmet uzmanı ile yapılan çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Oktay, 1992). Kaliforniya eyaletine kayıtlı 1500 sosyal hizmet uzmanından 346'sı ile yapılan kesitsel çalışmada işteki otonominin işten ayrılma niyeti üzerinde doğrudan ve negatif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kim ve Stoner, 2008). Evans ve diğerleri (2006) tarafından ruh sağlığı alanında çalışan 610 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan çalışmada ise otonomiye sahip olamamanın stresin önemli bir bileşeni olduğu ortaya koyulmuştur.

3.6. Terfi İmkânı

Terfi imkânının diğer bir ifade ile ilerleme veyahut yükselme imkânının hem özel hem de devlet sektöründeki motivasyonel etmenler arasında ilk sıralarda yer aldığı (Jurkiewicz ve diğ., 1998; Stroh ve diğ., 1996), ayrıca terfi imkânının bir işin "iyi" kategorisinde yer almasını sağladığı (Jurgensen, 1978) belirtilmektedir. Ayrıca söz konusu imkânın işteki performansı arttırdığı ifade edilmektedir (Hogan ve diğ., 1998). Buna karşın terfi imkânının olmamasının güçsüzleştirici bir etmen olduğu literatürde vurgulanmaktadır (Gellis, 2001; Pugh, 2007; Smerek ve Peterson, 2007). Örneğin hastanelerde görevli 187 sosyal hizmet uzmanı ile yapılan çalışmada uzmanların terfi imkânlarından yoksun olmasının başat stres faktörlerinden biri olduğu bulgulanmıştır (Gellis, 2001). Pugh (2007) da terfi veyahut ilerleme imkânlarının olmamasının sosyal hizmet uzmanları üzerinde stres ve baskı oluşturduğunu desteklemektedir. Ayrıca iş doyumu puanlarını anlamlı bir şekilde düşürdüğü de tespit edilmiştir (Smerek ve Peterson, 2007). Bunun dışında ilerleme imkânı önündeki engellerin işten ayrılma ile ilişkili olabileceği belirtilmektedir (Johari, 2013).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Hem yurt içi (Tuncay, 2009; Akın, 2018; Karabudak, 2016; Baltacı, 2016; Dağ, 2017; Atatanır, 2016; Görgülü, 2016; Tekindal, 2015; Özgişi, 2012; Kurnaz-Özdemir, 2010; Çamur-Duyan, 2006; Cankurtaran-Öntaş, 2004; Buz, 2012) hem de yurt dışı (Early, 2001; Early ve GlenMaye, 2000; Laursen, 2000; Black, 2003; Gutierrez, 1990; Chapin ve Cox, 2002; Fast ve Chapin, 1995; Sullivan ve Fisher, 1994; Chazinve diğ., 2000; Chapin, 1995; Weick ve Saleebey, 1995; Clark, 1998; Clark, 2000; Maruna ve LeBel, 2002; Okundaye ve diğ., 2001; Barry ve diğ., 2003; Björkman ve diğ., 2002; Cox, 2006; Deegan, 1997; Link ve diğ., 1989; McGovern, 2015; Rapp ve Chamberlain, 1985; Rapp ve Goscha, 2011; Rapp ve Wintersteen, 1989; Abdullah, 2015; Graham ve diğ., 2009; Benard, 2006; Singh ve diğ., 1995; Rogers ve diğ., 2010; Matthews ve diğ., 2003; Koren ve diğ., 1992; Nanda, 2011) sosyal hizmet literatüründe "güç ve güçlendirme" konuları genel itibarı ile sosyal hizmet uzmanlarının hizmet vermekte oldukları müracaatçılar perspektifinden değerlendirilmektedir. Ancak diğer taraftan ihmal ve istismar mağdurları, madde bağımlıları, yoksulluk sınırının altında yaşayanlar, yaşlılar, engelliler, şiddet mağduru kadınlar vb. müracaatçı grupları ile sosyal hizmet uygulaması yapmak zorunda olan sosyal hizmet uzmanlarının güçlü yönlerinin neler olduğu ve hangi alanlarda güçlendirilmesi gerektiği hususu çoğu zaman gözden kaçırılmaktadır. Bu çalışmada da güçlendirmede çevresel faktörlerin öneminden hareketle iş yerinde güçlerin (Dee ve diğ., 2003; Speer ve Peterson, 2000; Spreitzer ve diğ., 1997; Thomas ve Velthouse, 1990; Zimmerman, 1990, 1995) neler olabileceğine dair bir literatür taraması sunulmuştur. Bu noktada hem bireysel düzlem hem de çevresel faktörler altında ele alınan işyerindeki güçler konusu harmanlanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında öneriler aşağıda sıralanmaktadır:

1. Güvencesiz (taşeron, ek ders karşılığı vb) çalışmanın bir insan hakkı ihlali olduğundan hareketle özelden sosyal hizmet alanında genelde ise tüm iş kollarından kaldırılması önerilebilir.
2. Mesleği isteyerek seçmenin önemi düşünülerek meslek seçimi konusunda yurt dışındaki uygulamalar örnek alınmalı ve çok erken yaşlarda yetenek tespiti yapılarak mesleki yönlendirme işlemleri yapılması önem arz etmektedir.
3. Başka bir kuruma geçmek isteyen veya işi bırakmak isteyen uzmanların nedenleri araştırılmalı ve bunlara ilişkin gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır.
4. Sosyal hizmet kurumları içerisinde formal ve informal destek ve öneri mekanizmalarının sağlanması konusunda herkesi bağlayıcı yapısal adımların atılması hem sosyal hizmet uzmanları hem de hizmet verdikleri müracaatçıların iyilik hali için önemli görülmektedir.
5. Her ne kadar müracaatçılar ile yapılan görüşmelerin ve diğer işlerin uzmanları güçlendirici bir etkisi olmasına rağmen uzmanların çalışma yoğunluğu azaltılarak daha nitelikli uygulamaların yapılmasının önü açılmalıdır.
6. Çalışma ortamı, sosyal hizmet uzmanların etik ilke ve değerlerine uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.
7. Katı, hantal yönetim tarzları yerine sosyal hizmet uzmanlarının otonomilerine izin verecek şekilde uygulama yapmasının önündeki engellerin kaldırılması gerekmektedir.
8. Her çalışanın ilerleme imkânına sahip olması gerektiğinden hareketle şeffaf, ulaşılabilir ve ölçülebilir kriterler koyularak sosyal hizmet uzmanlarının terfi alması sağlanmalıdır.
9. Sosyal hizmet kurumlarındaki yöneticilerin sosyal hizmet alanına hâkim, uygulama deneyimi olan, insan ilişkilerinde iyi ve yapıcı olanlar arasından seçilmesi ve körleşmeye karşı yöneticilik görevinin çok uzun yıllar sürmesinden ziyade daha sınırlı bir zaman aralığında yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- AASW. (2010). Australian Association of Social Workers Code of Ethics. Kingston: Australian Association of Social Workers.
- Abdullah, S. (2015). An islamic perspective for strengths-based social work with muslim clients. *Journal of Social Work Practice*, 29(2), 163-172.
- Abu-Bader, S. H. (2000). Work satisfaction, burnout, and turnover among social workers in Israel: A causal diagram. *International Journal of Social Welfare*, 9(3), 191-200.
- Acar, H., İçağasıoğlu-Çoban, A., Polat, G. (2017). Sosyal hizmetlerde yanlış uygulamalar, etik ihlaller ve sorunlara ilişkin bir araştırma. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Derneği.
- Adams, R. (2003). *Social Work and Empowerment*. New York: Palgrave Macmillan.
- Adams, R. (2008). *Empowerment, participation and social work*: Palgrave Macmillan.
- Agho, A. O., Mueller, C. W., Price, J. L. (1993). Determinants of employee job satisfaction: An empirical test of a causal model. *Human relations*, 46(8), 1007-1027.
- Akın, E. (2018). Adsız alkoliklerin ayıklık sürecine ilişkin anlatılarının güçlendirme temelinde değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Aktuğ, İ. Y., Susur, A., Keskin, S., Balcı, Y., Seber, G. (2006). Osmangazi Üniversitesi Tıp Fakültesinde çalışan hekimlerde tükenmişlik düzeyleri. *Osmangazi Tıp Dergisi*, 28(2), 91-101.
- Amir, K., Kihoro, M. F. (2014). Work Stress And Coping Strategies Among Social Workers: A Case of Northern Ugend. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*, 2(8), 33-38.
- Arches, J. (1991). Social structure, burnout, and job satisfaction. *Social Work*, 36(3), 202-206.
- Ardıç, K., Polatçı, S. (2008). Tükenmişlik sendromu akademisyenler üzerinde bir uygulama (GOÜ Örneği). *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 1-28.
- Aslan, H., Aslan, R., Kesepara, C., Alparslan, N., Ünal, M. (1997). Kocaeli'nde bir grup sağlık çalışanında işe bağlı gerginlik, tükenme ve iş doyumunu. *Toplum ve Hekim*, 12(82), 24-29.
- Atatanır, H. (2016). Türkiye'de yoksulluk, sosyal yardım ve sivil toplum: Hak temelli yaklaşım açısından bir değerlendirme. (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Aydemir, İ. (2003). Sağlık Bakanlığı'na bağlı hastanelerde tıbbi sosyal hizmet uygulamaları. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bakan, H., Tombak, N. (2014). İdari personelin tükenmişlik düzeylerinin sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Journal of International Social Research*, 7(35), 681-695.
- Balanuye, B. (2014). Cerrahi kliniklerde çalışan hemşirelerin iş yükünün hasta güvenliğine etkisi. (Yüksek Lisans Tezi), Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Baltacı, G. (2016). Kadın dostu kentler projesinin freirean yaklaşım ve makro feminist sosyal hizmet uygulamaları üzerinden incelenmesi. (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Barker, R. L. (1995). *The Social Work Dictionary*. Washington, DC: National Association of Social Workers.
- Barry, K. L., Zeber, J. E., Blow, F. C., Valenstein, M. (2003). Effect of strengths model versus assertive community treatment model on participant outcomes and utilization: two-year follow-up. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 26(3), 268-277.
- Basım, H., Şeşen, H. (2005). Çalışma yaşamında tükenmişlik: Sosyal hizmet uzmanları ile hemşireler üzerine karşılaştırmalı bir çalışma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 16(2), 57-70.
- Benach, J., Muntaner, C. (2007). Precarious employment and health: developing a research agenda. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 61(4), 276-277.
- Benard, B. (2006). Using strengths-based practice to tap the resilience of families. In D. Saleebey (Ed.), *The strengths perspective in social work practice* (pp. 197-220). Boston, MA Allyn and Bacon.
- Ben-Zur, H., Michael, K. (2007). Burnout, social support, and coping at work among social workers, psychologists, and nurses: The role of challenge/control appraisals. *Social Work in Health Care*, 45(4), 63-82.
- Berkün, S. (2010). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Çalışma Hayatında Karşılaştıkları Mesleki Sorunlar: Bursa Örneği. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 21(1), 99-109.
- Björkman, T., Hansson, L., Sandlund, M. (2002). Outcome of case management based on the strengths model compared to standard care. A randomised controlled trial. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 37(4), 147-152.
- Black, A. E., Deci, E. L. (2000). The effects of instructors' autonomy support and students' autonomous motivation on learning organic chemistry: A self-determination theory perspective. *Science education*, 84(6), 740-756.
- Black, C. J. (2003). Translating principles into practice: Implementing the feminist and strengths perspectives in work with battered women. *Affilia*, 18(3), 332-349.
- Blomberg, H., Kallio, J., Kroll, C., Saarinen, A. (2014). Job stress among social workers: Determinants and attitude effects in the Nordic countries. *The British Journal of Social Work*, 45(7), 2089-2105.
- Brashears, F. (1995). Supervision as social work practice: A reconceptualization. *Social Work*, 40(5), 692-699.
- Bujdová, N., Kmec, J. (2012). Supervision in Social Work. *Clinical Social Work*, 3, 83-87.
- Butler, B. B. (1990). Job satisfaction: Management's continuing challenge. *Social Work*, 35(2), 112-117.

- Buz, S. (2012). Türkiye'deki sığınmacıların üçüncü bir ülkeye göç için bekleme sürecinde karşılaştıkları sorunlar. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Calitz, T., Roux, A., Strydom, H. (2014). Factors that affect social workers' job satisfaction, stress and burnout. *Social Work*, 50(2), 153-169.
- Çamur-Duyan, G. (2006). Sosyal Hizmet Bakış Açısından Yoksul Kadınlar: Altındağ Örneği. (Basılmamış Doktora Tezi). (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Cankurtaran-Öntaş, Ö. (2004). Çocuk Hakları ve Sosyal Hizmetin Güçlendirme Yaklaşımı Açısından Suça Yönelen Çocuk-Polis İlişkisi. (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Carpenter, J., Webb, C., Bostock, L., Coomber, C. (2017). Effective Supervision in Social Work and Social Care. Research Briefing 43. London: Social Care Institute for Excellence.
- Çetin, E., Avşar, M. K., Temelli, M. E. (2015). Sosyal Hizmet Kurumlarında "Sosyal Hizmetsiz Yönetim" ve Sosyal Hizmet Uzmanlarının Karşılaştığı Zorluklar; ASPB Örneği. Paper presented at the Sosyal Hizmet Sempozyumu 2015 Türkiye'de Sosyal Hizmet Uygulamasının 50. Yılı: İnsan Değer ve Onurunu Yüceltmek, Manisa.
- Ceylan, H., Gül, N., Öksüz, M. (2016). Sosyal Çalışmacılarda İş Doyumu ve Tükenmişliğe Etki Eden Faktörlerin Sosyal Hizmet Alanlarına Göre Karşılaştırmalı İncelenmesi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 43-69.
- Chandler, G. E. (1987). The relationship of nursing work environment to empowerment and powerlessness. *Dissertation Abstracts International*, 47(12), 4822-B.
- Chapin, R. K. (1995). Social policy development: The strengths perspective. *Social Work*, 40(4), 506-514.
- Chapin, R., Cox, E. O. (2002). Changing the paradigm: Strengths-based and empowerment-oriented social work with frail elders. *Journal of Gerontological Social Work*, 36(3-4), 165-179.
- Chazin, R., Kaplan, S., Terio, S. (2000). The strengths perspective in brief treatment with culturally diverse clients. *Crisis Intervention*, 6(1), 41-50.
- Cherniss, C. (1980). *Staff burnout: Job stress in the human services*: Sage Publications Beverly Hills, CA.
- Clark, M. D. (1998). *Strength-Based Practice-The ABC's of Working with Adolescents Who Don't Want to Work with You*. *Fed. Probation*, 62, 46.
- Clark, M. D. (2000). *Influencing Postive Behavior Change: Increasing the Therapeutic Approach of Juvenile Courts*. *Fed. Probation*, 65(1), 18.
- Clarke, M., Lewchuk, W., de Wolff, A., King, A. (2007). 'This just isn't sustainable': Precarious employment, stress and workers' health. *International Journal of Law and Psychiatry*, 30(4-5), 311-326.
- Coffey, M., Dugdill, L., Tattersall, A. (2004). Stress in social services: Mental wellbeing, constraints and job satisfaction. *British Journal of Social Work*, 34(5), 735-746.
- Collings, J. A., Murray, P. J. (1996). Predictors of stress amongst social workers: An empirical study. *The British Journal of Social Work*, 26(3), 375-387.
- Collins, S. (2007). Statutory social workers: Stress, job satisfaction, coping, social support and individual differences. *British Journal of Social Work*, 38(6), 1173-1193.
- Cooper, C. (1981). *Reviewed Work: Staff Burnout: Job Stress in the Human Services by Cary Cherniss*. *The British Journal of Social Work*, 11(4), 506-508.
- Cox, K. F. (2006). Investigating the impact of strength-based assessment on youth with emotional or behavioral disorders. *Journal of Child and Family Studies*, 15(3), 278-292.
- Dağ, A. (2017). Lise öğrencilerinin arkadaş-akran gruplarından dışlanmasının okul sosyal hizmeti açısından analizi: Sakarya örneği. (Doktora Tezi), Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı Sosyal Hizmet Bilim Dalı, Yalova.
- Dee, J. R., Henkin, A. B., Duemer, L. (2003). Structural antecedents and psychological correlates of teacher empowerment. *Journal of educational Administration*, 41(3), 257-277.
- Deegan, P. E. (1997). Recovery and empowerment for people with psychiatric disabilities. *Social Work in Health Care*, 25(3), 11-24.
- Dolunay, A. B. (2002). Keçiören İlçesi" Genel liseler ve Teknik-Ticaret-Meslek Liselerinde Görevli Öğretmenlerde Tükenmişlik Durumu" Araştırması. *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, 55(1), 51-62.
- Dominelli, L. (2002). *Anti oppressive social work theory and practice*. London: Palgrave Macmillan.
- Dominelli, L. (2010). Globalization, contemporary challenges and social work practice. *International Social Work*, 53(5), 599-612.
- Dominelli, L. (2015). Sosyal Hizmeti Yeniden Konumlandırmak. In R. Adams, L. Dominelli, M. Payne (Eds.), *Sosyal Hizmet Temel Alanlar ve Eleştirel Yaklaşımlar* (pp. 45-57). Ankara: Nika Yayınevi.
- Dominelli, L. (2017). *Anti-racist social work*. London: Palgrave Macmillan.
- Early, T. (2001). Measures for practice with families from a strengths perspective. *Families in Society: The Journal of Contemporary Social Services*, 82(3), 225-232.
- Early, T. J., GlenMaye, L. F. (2000). Valuing Families: Social Work Practice with Families From a Strengths Perspective. *Social Work*, 45(2), 118-130.
- Eğinli, A. T. (2009). Çalışanlarda İş Doyumu: Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İş Doyumuna Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 35-52.

- Evans, S., Huxley, P., Gately, C., Webber, M., Mears, A., Pajak, S., . . . Katona, C. (2006). Mental health, burnout and job satisfaction among mental health social workers in England and Wales. *The British Journal of Psychiatry*, 188(1), 75-80.
- Fast, B., Chapin, R. (1995). The strengths model in long-term care: linking cost containment and consumer empowerment. *Journal of case management*, 5(2), 51-57.
- Frans, D. J. (1993). A scale for measuring social worker empowerment. *Research on Social Work Practice*, 3(3), 312-328.
- French, J. R., Raven, B., Cartwright, D. (1959). The bases of social power. *Classics of organization theory*, 7, 311-320.
- Gellis, Z. D. (2001). Job stress among academic health center and community hospital social workers. *Administration in Social Work*, 25(3), 17-33.
- Görgülü, T. (2016). Denetimli serbestlik uygulamalarından yararlanan bireylerin psikososyal özelliklerinin intihar davranışına etkileri. (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Graham, J. R., Bradshaw, C., Trew, J. L. (2009). Adapting social work in working with Muslim clients. *Social Work Education*, 28(5), 544-561.
- Gutierrez, L. M. (1990). Working with women of color: An empowerment perspective. *Social Work*, 35(2), 149-153.
- Güzel, B., Selcik, O. (2017b). Sosyal çalışmacıların karşılaştıkları zorluklar ve başa çıkma yolları: Rize örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 14(3), 2848-2864.
- Hablemitoğlu, Ş., Özmete, E. (2012). Sosyal Çalışmacıların İş Yaşamı Kalitesi, Şefkat Yorgunluğu, Tükenmişlik, Stres Kaynakları, İş Tatmini ve Kariyer Olanakları. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 171-204.
- Hasenfeld, Y. (1987). Power in social work practice. *Social service review*, 61(3), 469-483.
- Hogan, J., Rybicki, S. L., Borman, W. C. (1998). Relations between contextual performance, personality, and occupational advancement. *Human Performance*, 11(2-3), 189-207.
- Holland, J. L. (1997). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments. Odessa, FL, US: Psychological Assessment Resources.
- İçağasıoğlu-Çoban, M. A., Özbesler, C. (2016). Hastanelerde Çalışan Sosyal Hizmet Uzmanlarında Tükenmişlik ve İş Doyumu. *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi-BÜSBİD*, 1(2), 90-109.
- IFSW. (2012). Effective and ethical working environments for social work: the responsibilities of employers of social workers. Berne: International Federation of Social Workers.
- İşıkhan, V. (1999). Sosyal Hizmet Ve Sağlık Alanında Görev Yapan Yöneticileri Etkileyen İş Stres Faktörleri. *Amme İdaresi Dergisi (TODAİ)*, 32(2), 43-57.
- İşıkhan, V. (2010). Sosyal Hizmet ve Tükenmişlik. Ankara: Vizyon Kırtasiye-Ofset Matbaa-Yayınevi.
- İşıkhan, V. (2011). Sosyal hizmet ve tükenmişlikle başa çıkma. Ankara: Vizyon Ofset ve Matbaa.
- Jex, S. M., Britt, T. W. (2014). Organizational psychology: A scientist-practitioner approach: John Wiley & Sons.
- Johari, J. (2013). A proposed relationship between actual turnover behaviour, career advancement opportunity, frustration at work and perceived alternative job opportunities among faculty members. *Am J Econ*, 3(5C), 82e86.
- Johnson, S., Cooper, C., Cartwright, S., Donald, I., Taylor, P., Millet, C. (2005). The experience of work-related stress across occupations. *Journal of managerial psychology*, 20(2), 178-187.
- Jones, C. (2001). Voices from the front line: state social workers and New Labour. *British Journal of Social Work*, 31(4), 547-562.
- Jones, D. N., Truell, R. (2012). The Global Agenda for Social Work and Social Development: A place to link together and be effective in a globalized world. *International Social Work*, 55(4), 454-472.
- Jurgensen, C. E. (1978). Job preferences (What makes a job good or bad?). *Journal of Applied psychology*, 63(3), 267.
- Jurkiewicz, C. L., Massey Jr, T. K., Brown, R. G. (1998). Motivation in public and private organizations: A comparative study. *Public productivity & Management review*, 230-250.
- Kadushin, A., Harkness, D. (2014). Supervision in social work. New York: Columbia University Press.
- Kadushin, A., Kadushin, G. (2016). Sosyal Hizmette Görüşme Teknikleri. Ankara: Nika Yayınevi.
- Kalaycı-Kırloğlu, H. İ., Kırloğlu, M., Ercan, F. Z. (2017). A Subcontractor of a Profession Whose Main Purpose is to Provide Social Justice and Prevent from Loss of Rights: Social Workers Sample. Paper presented at the III. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series, Edirne.
- Kalleberg, A. L. (2009). Precarious work, insecure workers: Employment relations in transition. *American sociological review*, 74(1), 1-22.
- Kalliath, P., Kalliath, T. (2013). Work-family conflict and its impact on job satisfaction of social workers. *British Journal of Social Work*, 45(1), 241-259.
- Kamaşak, R., Bulutlar, F. (2010). Kişilik, mesleki tercih ve performans ilişkisi: akademik personel üzerine bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 119-126.
- Kaplanoglu, E. (2014). Mesleki Stresin Temel Nedenleri Ve Muhtemel Sonuçları: Manisa İlindeki SMMM'ler Üzerine Bir Arastirma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(64), 131-150.
- Karabudak, G. (2016). Lösemili çocuğa sahip annelerin yaşantıları ve gelecek beklentileri. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Karacaoğlu, K., Çetin, İ. (2015). İş Yükü ve Rol Belirsizliğinin Çalışanların Tükenmişlik Düzeylerine Etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 5(1), 46-69.

- Kim, H., Stoner, M. (2008). Burnout and turnover intention among social workers: Effects of role stress, job autonomy and social support. *Administration in Social Work*, 32(3), 5-25.
- Kim, I. H., Khang, Y. H., Muntaner, C., Chun, H., Cho, S. I. (2008). Gender, precarious work, and chronic diseases in South Korea. *American journal of industrial medicine*, 51(10), 748-757.
- Kim, M.-H., Kim, C.-y., Park, J.-K., Kawachi, I. (2008). Is precarious employment damaging to self-rated health? Results of propensity score matching methods, using longitudinal data in South Korea. *Social Science & Medicine*, 67(12), 1982-1994.
- Kırlioğlu, M., Karakuş, Ö. (2019). Sosyal hizmet uzmanlarının kişisel ve mesleki güç algıları ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 30(1), 88-120.
- Koç, S. Ç. (2015). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Sorun Çözme Becerileri Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.
- Kol, E. (2009). Türkiye’de sağlık işletmelerinde sosyal hizmet uygulamaları. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Koren, P. E., DeChillo, N., Friesen, B. J. (1992). Measuring empowerment in families whose children have emotional disabilities: A brief questionnaire. *Rehabilitation Psychology*, 37(4), p305-321.
- Kurnaz-Özdemir, D. (2010). Ortopedik Engelli Kadınların Sorun ve Beklentileri: Tuzla İlçesi Örneği. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Kuzgun, Y. (2006). Meslek gelişimi ve danışmanlığı (4. Baskı). Nobel Yayınları, Ankara.
- Laursen, E. K. (2000). Strength-based practice with children in trouble. *Reclaiming Children and Youth*, 9(2), 70-75.
- Lawler, E. J., Hage, J. (1973). Professional-bureaucratic conflict and intraorganizational powerlessness among social workers. *J. Soc. & Soc. Welfare*, 1, clxxiv.
- Lewchuk, W., De Wolff, A., King, A., Polanyi, M. (2003). From job strain to employment strain: Health effects of precarious employment. *Just Labour*.
- Link, B. G., Cullen, F. T., Struening, E., Shrout, P. E., Dohrenwend, B. P. (1989). A modified labeling theory approach to mental disorders: An empirical assessment. *American sociological review*, 54(3), 400-423.
- Lloyd, C., King, R. (2004). A survey of burnout among Australian mental health occupational therapists and social workers. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 39(9), 752-757.
- Lloyd, C., King, R., Chenoweth, L. (2002). Social work, stress and burnout: A review. *Journal of mental health*, 11(3), 255-265.
- Lloyd, C., McKenna, K., King, R. (2005). Sources of stress experienced by occupational therapists and social workers in mental health settings. *Occupational therapy international*, 12(2), 81-94.
- Lymbery, M. (1998). Care management and professional autonomy: The impact of community care legislation on social work with older people. *The British Journal of Social Work*, 28(6), 863-878.
- Maruna, S., LeBel, T. P. (2002). Welcome Home-Examining the Reentry Court Concept from a Strengths-Based Perspective. *W. Criminology Rev.*, 4, 91-107.
- Matthews, R. A., Michelle Diaz, W., Cole, S. G. (2003). The organizational empowerment scale. *Personnel Review*, 32(3), 297-318.
- McCloskey, J. C. (1990). Two requirements for job contentment: autonomy and social integration. *Journal of Nursing Scholarship*, 22(3), 140-143.
- McGovern, J. (2015). Living better with dementia: strengths-based social work practice and dementia care. *Social Work in Health Care*, 54(5), 408-421.
- Menéndez, M., Benach, J., Muntaner, C., Amable, M., O’Campo, P. (2007). Is precarious employment more damaging to women's health than men's? *Social Science & Medicine*, 64(4), 776-781.
- Merighi, J., Ehlebracht, K. (2005). Emotional exhaustion and workload demands in renal social work practice. *Journal of Nephrology Social Work*, 24, 14-20.
- Miley, K. K., O’Melia, M. W., DuBois, B. L. (2016). Generalist social work practice: An empowering approach: Pearson.
- Min, J. Y., Park, S. G., Hwang, S. H., Min, K. B. (2016). Disparities in precarious workers’ health care access in South Korea. *American journal of industrial medicine*, 59(12), 1136-1144.
- Mollaoğlu, M., Fertelli, T. K., Tuncay, F. Ö. (2010). Hastanede çalışan hemşirelerin çalışma ortamlarına ilişkin algılarının değerlendirilmesi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 5(15), 17-30.
- Munson, C. E. (1996). Autonomy and managed care in clinical social work practice. *Smith College Studies in Social Work*, 66(3), 241-260.
- Nanda, G. (2011). *Compendium of gender scales*. Washington, DC: FHI, 360.
- Niemiec, C. P., Ryan, R. M. (2009). Autonomy, competence, and relatedness in the classroom: Applying self-determination theory to educational practice. *School Field*, 7(2), 133-144.
- Oktay, J. S. (1992). Burnout in hospital social workers who work with AIDS patients. *Social Work*, 37(5), 432-439.
- Okundaye, J. N., Smith, P., Lawrence-Webb, C. (2001). Incorporating spirituality and the strengths perspective into social work practice with addicted individuals. *Journal of Social Work Practice in the Addictions*, 1(1), 65-82.
- Özarallı, N., Torun, A. (2011). Biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim, yönetici ile kuruma duyulan güven ve üstün uzmanlık gücü arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*. VI (II), 101-113.
- Özbesler, C., İçağasioğlu-Çoban, M. A. (2009). Hastane ortamında sosyal hizmet uygulamaları: Ankara Örneği. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 21(2), 31-45.

- Özcan, E., Özden, S. A., İçağasıoğlu-Çoban, A. (2017). Sosyal hizmet uzmanlarının güvencesiz çalışma biçimine ilişkin deneyimlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 376-395.
- Özgişi, H. N. (2012). Yalova Belediyesi'nin kadın hizmetleri: Karanfil Evleri örneği. (Yüksek Lisans Tezi), Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Yalova.
- Parry-Jones, B., Grant, G., McGrath, M., Caldock, K., Ramcharan, P., Robinson, C. A. (1998). Stress and job satisfaction among social workers, community nurses and community psychiatric nurses: implications for the care management model. *Health & social care in the community*, 6(4), 271-285.
- Poulin, J. (1996). Job satisfaction of social work supervisors and administrators. *Administration in Social Work*, 19(4), 35-49.
- Poulin, J. E. (1994). Job task and organizational predictors of social worker job satisfaction change: A panel study. *Administration in Social Work*, 18(1), 21-38.
- Poulin, J. E., Walter, C. A. (1992). Retention plans and job satisfaction of gerontological social workers. *Journal of Gerontological Social Work*, 19(1), 99-114.
- Powell, M. B., Guadagno, B. L., Cassematis, P. (2013). Workplace stressors for investigative interviewers of child-abuse victims. *Policing: an international journal of police strategies & management*, 36(3), 512-525.
- Pugh, R. (2007). Dual relationships: Professional and personal boundaries in rural communities. *British Journal of Social Work*, 37, 1405-1423.
- Rapp, C. A., Chamberlain, R. (1985). Case management services for the chronically mentally ill. *Social Work*, 30(5), 417-422.
- Rapp, C. A., Goscha, R. J. (2011). *The strengths model: A recovery-oriented approach to mental health services*. USA: OUP
- Rapp, C. A., Wintersteen, R. (1989). The Strengths model of case management: Results from twelve demonstrations. *Psychosocial Rehabilitation Journal*, 13(1), 23.
- Raven, B. H. (1993). The bases of power: Origins and recent developments. *Journal of social issues*, 49(4), 227-251.
- Robinson, K. (2013). Voices from the front line: Social work with refugees and asylum seekers in Australia and the UK. *British Journal of Social Work*, 44(6), 1602-1620.
- Rogers, E. S., Ralph, R. O., & Salzer, M. S. (2010). Validating the empowerment scale with a multisite sample of consumers of mental health services. *Psychiatric Services*, 61(9), 933-936.
- Sayıl, I., Haran, S., Ölmez, Ş., Özgüven, H. D. (1997). Ankara Üniversitesi hastanelerinde çalışan doktor ve hemşirelerin tükenmişlik düzeyleri. *Kriz dergisi*, 5(2), 71-77.
- Seifert, A. M., Messing, K., Riel, J., Chatigny, C. (2007). Precarious employment conditions affect work content in education and social work: Results of work analyses. *International journal of law and psychiatry*, 30(4), 299-310.
- Sheafor, B., Horejsi, C. (2014). *Sosyal Hizmet Uygulaması Temel Teknikler ve İlkeler*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Siefert, K., Jayaratne, S., Chess, W. A. (1991). Job satisfaction, burnout, and turnover in health care social workers. *Health & Social Work*, 16(3), 193-202.
- Singh, N. N., Curtis, W. J., Ellis, C. R., Nicholson, M. W., Villani, T. M., Wechsler, H. A. (1995). Psychometric analysis of the family empowerment scale. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 3(2), 85-91.
- Smerek, R. E., Peterson, M. (2007). Examining Herzberg's theory: Improving job satisfaction among non-academic employees at a university. *Research in Higher Education*, 48(2), 229-250.
- Speer, P. W., Peterson, N. A. (2000). Psychometric properties of an empowerment scale: Testing cognitive, emotional, and behavioral domains. *Social Work Research*, 24(2), 109-118.
- Spolander, G., Engelbrecht, L., Martin, L., Strydom, M., Pervova, I., Marjanen, P., . . . Adaikalam, F. (2014). The implications of neoliberalism for social work: Reflections from a six-country international research collaboration. *International Social Work*, 57(4), 301-312.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Spreitzer, G. M., Kizilos, M. A., Nason, S. W. (1997). A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness satisfaction, and strain. *Journal of management*, 23(5), 679-704.
- Staudt, M. (1985). The social worker as an advocate in adult protective services. *Social Work*, 30(3), 204-208.
- Storey, J., Billingham, J. (2001). Occupational stress and social work. *Social Work Education*, 20(6), 659-670.
- Stroh, L. K., Brett, J. M., Reilly, A. H. (1996). Family structure, glass ceiling, and traditional explanations for the differential rate of turnover of female and male managers. *Journal of Vocational Behavior*, 49(1), 99-118.
- Sullivan, W. P., Fisher, B. J. (1994). Intervening for success: Strengths-based case management and successful aging. *Journal of Gerontological Social Work*, 22(1-2), 61-74.
- Super, D. E. (1951). Vocational adjustment. *Journal of Counseling & Development*, 30(2), 88-92.
- TDK. (2018). *Güncel Türkçe Sözlük*. Ankara: T.C. Başbakanlık Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Teater, B. (2015). *Sosyal Hizmet Kuram ve Yöntemleri* (A. Karatay, Trans.). Ankara: Nika Yayınevi.
- Tekinal, M. (2015). Engelli çocuğa sahip kadınların feminist grup çalışması deneyimi: Bir karma yöntem araştırması. (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Hizmetler Anabilim Dalı, Ankara.
- Thomas, K. W., Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An "interpretive" model of intrinsic task motivation. *Academy of management review*, 15(4), 666-681.
- Thompson, N. (2013). *Kuram ve Uygulamada Sosyal Hizmeti Anlamak*. Ankara Dipnot Yayınları.

- Thompson, N. (2016). Güç ve Güçlendirme. Ankara: Nika Yayınevi.
- Tomanbay, İ. (2011). Sosyal hizmetlerde açık öğretim ve ara elemanlar: Sosyal çalışma ve sosyal teknikerlik. Ankara: SABEV.
- Tuncay, T. (2009). Genç kanser hastalarının hastalık anlatılarının güçlendirme yaklaşımı temelinde analizi. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 20(2), 69-87.
- Uğur, A., Erol, Z. (2015). Sosyal çalışmacıların çalışma hayatında karşılaştıkları stres faktörlerine yönelik kavramsal bir değerlendirme ve stres yönetimi müdahale programları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(39), 987-997.
- Uz, O. (2006). T. C. Kamu sektöründe yönetici-yönetilen ilişkilerinde iletişim ve güven. *Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı*, Ankara.
- Wagner, R., Van Reyk, P., Spence, N. (2001). Improving the working environment for workers in children's welfare agencies. *Child and Family Social Work*, 6(2), 161-178.
- Weick, A., Saleebey, D. (1995). Supporting family strenghts: Orienting policy and practice toward the 21st century. *Families in Society*, 76(3), 141-149.
- Whitaker, T., Weismiller, T., Clark, E., Wilson, M. (2006). Assuring the sufficiency of a frontline workforce: A national study of licensed social workers—Special Report: Social Work Services for Children and Families. Washington, DC: National Association of Social Workers.
- William, J. R. (1998). The Paradigms and Long-Term Trends in Clinical Social Work. In R. A. Dorfman (Ed.), *Paradims of Clinical Social Work* (pp. 339-340). New York: Brunner-Routledge.
- Yağcı, C. (2017). Aile ve sosyal politikalar bakanlığı'na bağlı çocuk refahı kurumlarında çalışan sosyal hizmet uzmanlarının iş yükleri ve tükenmişlik düzeyleri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Yalçınkaya, M. (2007). Yöneticilerin iletişim becerilerinin çalışanların yaratıcılıklarının ortaya çıkarması, yöneticiye güven ve örgütte işbirliği ruhunun gelişmesine etkisinin incelenmesi: Kütahya porselen ve cam sektöründe bir uygulama. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Kütahya.
- Yürür, S., Sarıkaya, M. (2012). The effects of workload, role ambiguity, and social support on burnout among social workers in Turkey. *Administration in Social Work*, 36(5), 457-478.
- Zengin, O., Çalış, O. (2017). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Mesleki Uygulamaları Ve Çalışma Koşulları. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 28(1), 47-68.
- Zimmerman, M. A. (1990). Taking aim on empowerment research: On the distinction between individual and psychological conceptions. *American Journal of community psychology*, 18(1), 169-177.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of community psychology*, 23(5), 581-599.

Engellilere Yönelik Yerel Sosyal Hizmetlerde Belediyelerin Yeri: Malatya Büyükşehir Belediyesi

The Role of Municipalities in Local Social Work for the Disabled: The Metropolitan Municipality of Malatya

Sami KALAYCI*

Aziz AKİN**

ÖZ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren engellilere yönelik tıbbi bakım hizmetleri yanında çeşitli destek ve koruma hizmetleri de sunulmaya başlanmıştır. Ancak toplum hayatında engelli bireylerin kendi varlıklarını gösterebilme konusunda uzunca bir dönem geri planda kalmıştır. Bu durum engellilere yönelik politika ve hizmetlerde merkezi idare dışındaki diğer kurumların görev ve sorumlulukları çok fazla yüklenememesinden kaynaklı olduğu söylenebilir. Fakat bu olumsuz olgu yerel sosyal politikalar konusunda belediyelere görev ve sorumluluklar verilmesiyle birlikte değişim göstermeye başlamıştır. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren yerel yönetim alanında yapılan reformlarla engellilere yönelik yerel nitelikli hizmetlerde belediyelere bazı yetki ve görevler verilmiştir. Böylece engellilere sunulan yerel hizmet ve politika konusunda merkezi yönetimin yanında belediyeler de temel aktör olarak yerini almaya başlamıştır. Reform döneminde 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Yasası, 5393 sayılı Belediye Yasası ile 2012 yılında çıkarılan 6360 sayılı yasa engelli alanında belediyelere yönelik emredici hükümler ile görevler yükleyerek çeşitli haklar ile hizmetleri ortaya koymuştur. Bu bağlamda belediyeler kendi imkânları dâhilinde hizmetlerin niteliğinden mekânların kullanıma kadar farklı hizmetleri engellilerin kullanımına sunmaya ve toplum hayatına uyum konusunda destek olmaya çalışmıştır. Dolayısıyla çalışmada engelli bireylere yönelik belediyelere verilen görev ve sorumluluklar ile hizmet ve uygulamalar Malatya Büyükşehir Belediyesi örneği üzerinden ele alınmıştır. Böylece yerel alanda belediyelerin engellilere yönelik sunduğu iyi hizmet uygulamalarını ortaya koymak, olası eksiklikleri tespit etmek ve ileride yapılacak hizmetlere yol göstermek amaçlanmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Engelli, Engelli Hizmetleri, Belediye, Sosyal Hizmet, Yerel Yönetimler

ABSTRACT

From the second mid of the 20th century on, various support and services have been offered to the disabled people as well as medical care services. However, in social life, they have fallen back when it comes to prove and establish themselves in society. We might say that there as on for the case is due to the fact that institutions and organizations out of central government do not feel responsible enough for the policies and services for the disabled. However, this negative case started to change soon after municipalities were charged with duties and responsibilities regarding local social policies. Especially, during the years following 2000 when some innovative reforms were accepted in local government, the municipalities were given some duties and responsibilities regarding qualified local services for the disabled. Therefore, as well as central government, municipalities also started to play a critical role in duties and responsibilities for the disabled individuals. Following these changes and newly added laws like The Metropolitan Municipality Law numbered 5216, The Municipality Law numbered 5393 and the law 6360 enacted in 2012, the municipalities were given further duties and responsibilities for the disabled. In this sense, the municipalities, with their own means, have not only tried to support the disabled individuals with more quality services and the use of buildings, but they have also helped them accommodate themselves to the society. In our study, duties, responsibilities and services were illustrated by the example of the metropolitan municipality of Malatya. To do so, we aimed to clarify good services of the municipalities for the disabled, to find out the problems within current services and study potential services in the future.

KEYWORDS

The Disabled, Services for the Disabled, Municipality, Social Work, Local Governments

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 15.10.2019 | 12.11.2019 |
| Atıf | Kalaycı, S. ve Akin, A. (2019). Engellilere Yönelik Yerel Sosyal Hizmetlerde Belediyelerin Yeri: Malatya Büyükşehir Belediyesi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 663-674. |

* Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, samiklyc@gmail.com, ORCID:0000-0002-0981-9595

** Şırnak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, akinazizakin@gmail.com, ORCID:0000-0002-9478-7590

GİRİŞ

1950’li yıllardan itibaren engelli bireylerin hakları konusunda fikir ve söylemlerin öne çıktığı, ihtiyaçlarının karşılanmasında faaliyetlerin daha da arttığı bir süreç ortaya çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı’na bağlı çeşitli nedenlerden engelli sayısında artışların olması, bu alandaki sağlık politikalarının yaygınlaşarak önem kazanmasına neden olmuştur. Ancak, bu politikaların 70’li yıllardan sonra yetersizleşmesi engellilere yönelik daha kapsamlı yeni politika ve aktörlere ihtiyacı doğurmuştur. Bu bağlamda Amerika, İngiltere, Almanya gibi batılı ülkelerde sivil toplum kuruluşları başta olmak üzere çeşitli kurumlar eliyle çalışmalar yürütülmüştür (Arıkan, 2001: 59-60).

1975 yılı sonrası Avrupa’da engelli bireyler konusunda çalışmaların hızlandığı bir dönem olmuştur. Bu çerçevede 1975 yılında yayımlanan “Engelli Hakları Bildirgesi” ile engellilerin diğer vatandaşlar ile eşit haklara sahip oldukları belirtilmiş ve 1981 yılı Uluslararası Engelliler Yılı olarak kabul edilmiştir. Bir yıl sonra 1982 yılında “Engelliler İçin Dünya Eylem Planı” kabul edilmiştir. Daha sonra 1986 yılında Avrupa Birliği’nde “Engellilerin İstihdamına Yönelik Konsey Tavsiye Kararı” alınarak 1996 yılında “Engelliler için Fırsat Eşitliği” hakkında karar alınmıştır. 2000’li yıllarda ise gelecek yılları kapsayan “Avrupa Konseyi ayrımcılıkla mücadele konusunda 2001-2006 yıllarını kapsayan topluluk eylem programı oluşturulması kararı” alınmıştır. Ayrıca Avrupa Birliği 2000 yılında “Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı”nı kabul ederek engellilik konusunda önemli bir adım daha atmıştır (www.ailevecalisma.gov.tr, 2019). Dolayısıyla engellilere yönelik ulusal ve uluslararası çeşitli politikalarla; engelli bireylerin sağlık, ekonomi, sosyal ve kültürel alanlardaki durum ve şartlarının iyileştirilmesi bakımından önemli mesafeler katedilmiştir (Genç ve Çat, 2013: 366).

Engellilik kavramı çok boyutlu ve tartışmalı konulardan birisi olmuştur. Araştırmacılar; geçmişten günümüze kadar sağlık ve sosyal alanlarda, sosyal ve fiziksel engellerin engelliliğe dair rol ve etkilerini tespit etmeye çalışmıştır. Bu dönemler, bireysel tıbbi modelden toplum tarafından insanların engelli konuma düşürüldüğü sosyal modele geçiş olarak nitelendirilmiştir (WHO, 2011: 3-4). Engellilik kavramına ilk zamanlarda daha çok fiziksel bir engel olarak bakılırken; daha sonra toplumdan dışlanma, ötekileştirme gibi sorunlar üzerinde durulmuştur. Dolayısıyla engellilik kavramı; bireyin psikolojik, sosyolojik ve biyolojik olmak üzere üç temel alandaki eksiklik veya aksamaları olarak şekil almıştır.

“Engellilik” kavramı, Dünya Sağlık Örgütü tarafından; kişinin demografik veya toplumsal gerekliliklerine göre normal olan faaliyetlerde bulunamama ya da bulunma yeteneğini kısıtlayan veya ortadan kaldıran dezavantajlı bir durum olarak tanımlamıştır. Bu kavramla eş anlamda kullanılan “sakatlık” kavramı ise sağlık yönünden noksanlık şeklinde ifade edilmiştir. Ayrıca diğer bir kavram olan “özürlülük” de bir iş yapma yeteneğinin kaybolması veya eksilmesi olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla genel anlamda bakıldığı zaman farklı nedenlerden kaynaklı olarak engellilik durumu zihinsel, bedensel ve süregelen olmak üzere farklı türlerde ortaya konmuştur (Dünya Engelliler Vakfı, 2018).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nda kabul edilip 2008 yılında yürürlüğe konulan Engelli Haklarına İlişkin Sözleşme (Convention on the Rights of Persons with Disabilities) engelli alanında uluslararası bir belge niteliğindedir. Sözleşmenin birinci maddesinde, sözleşmenin amacının engelli bireylerin bütün insan haklarına ve temel özgürlüklere tam ve eşit biçimde sahip olmalarını sağlamak olduğu belirtilmiştir. Maddenin devamında engelli bireyi, diğer insanlarla eşit temelde toplumsal yaşama tam ve etkin katılımlarını kısıtlayan davranışsal ve çevresel engeller ile etkileşim içerisinde olan uzun süreli fiziksel, zihinsel, düşünsel ya da duyuşsal bozukluklara sahip kişiler olarak tanımlamıştır. Dolayısıyla engellilik, bireyin kendi bir sorunu olması ötesinde bu kişilerin toplumsal hayata katılmalarını engelleyen davranışsal ve çevresel bariyerlerle ilgili bir olgu olarak kabul edilmiştir. Bu çerçevede engelliler için sosyal ilişkilerden kültürel ve toplumsal faaliyetlere, temel hizmetlere erişimden yakın çevre ve iktisadi sahada yer almaya kadar engellenmek ikinci bir engel durumu olarak görülmektedir (Genç, 2015: 67). Bu nedenle engelli hizmetleri noktasında yapılan tüm çalışmalar ile bunların şekil almasında rol oynayan aktörler önemli olmuştur.

Engellilere yönelik sunulan hizmet ve çalışmalarda başta merkezi idare olmak üzere belediyeler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör girişimleri ve gönüllü kuruluş veya girişimler tarafından çeşitli çalışmalar günümüzde yürütülmektedir. Bu çalışma ve faaliyetlerin yürütülmesinde 1982 Anayasası en temel ve birincil dayanak olmuştur. Bu bağlamda Anayasa’nın 10., 50. ve 61. maddeleri engelli bireylere yönelik temel düzenlemeleri içermiştir. Bu çerçevede engellilere yönelik çalışmaları yürütecek kurum ve kuruluşlara yönelik hazırlanan çeşitli yasal düzenlemelerle de ilgili birim, kuruluş veya girişimler faaliyetlerini yürütmüştür. Bu kuruluşların içerisinde merkezi yönetimin yerel alandaki engellilere yönelik hizmetlerde temel destekleyicisi olan kurumlardan birisi de belediyelerdir. Bu bakımdan yerel alanda halka en yakın

yönetim kademesi olan belediyeler, hem mevzuat kaynaklı hem de yerelde yaşayanların talep ve beklentileri doğrultusunda engellilere yönelik hizmetler yapmaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla engelli hizmetlerinde henüz istenilen düzeye erişemeseler de yaptıkları çeşitli faaliyet ve düzenlemelerle belediyeler, engelli bireylerin toplum içindeki varlıklarına dikkat çekmiştir.

1.ENGELLİLİĞİN TARİHİ SÜRECİ

Engelli tarihi, insanlık kadar eski olsa da toplumların kültür ve inançlarından kaynaklı engelliye bakış açıları farklı olmuş ve bu durum zamanla değişiklik göstermiştir. Dolayısıyla engelliler tepkilere, dışlanmaya veya acınmaya tarih boyunca maruz kalmıştır. Bu davranışların sebebini Bartan 3 temel tepkinin varlığına dayandırmıştır. Bunlardan ilki, toplumun korunması açısından “tehdit edici” unsur olarak görülmesi, ikincisi; toplum için ayak bağı yani “yük” olmaları ve son olarak da engelli bireylerin toplum tarafından “aciz” olarak nitelenmiş olmasıdır. Dolayısıyla engellilere yönelik “korumacı ve acınası” bir bakış açısı ortaya çıkmıştır (Kolat, 2009: 28).

Engellilik ve engelli insanlar ilk medeniyetlerde genel olarak uğursuzluk veya engelli bireyin ebeveynlerinin yaptığı bir hatanın bedeli olarak görülmüştür. Bundan dolayı da engelliye korumak veya ona yardım etmek tanrıya karşı gelme ve onun tepkisi ile karşı karşıya kalınacağı düşüncesinden dolayı engelliler, toplumsal hayattan uzak tutulmaya çalışılmış, ölüme terk edilmiş veya öldürülmüştür. Bu şekilde toplum korunmuş olup tanrının gazabından da uzaklaşıldığı düşünülmüştür (Öztürk, 2011: 16). Engelli tarihinde, Antik Yunan ve Roma uygarlıkları döneminde engellilik; yapılmış kötülüğün bedeli veya kötü ruhlar, cadılar ve büyü gibi konularla ilişkilendirilmiştir. Antik Çağ döneminde engelliler; aykırı kişiler, marjinaler, toplum tarafından istenilmeyen, hor görülen ve baskı altına alınan gruplar olmuşlardır. Platon ve Aristoteles gibi ünlü filozoflar, mevcut devlet anlayışında engellilerin varlığından rahatsızlık duymuş ve onların toplumda barındırılmasına karşı çıkarak zayıfların, fiziksel ve bilişsel engellilerin ölümünü desteklemişlerdir. Bu dönemde yasalarla da engellilerin yaşantıları kısıtlanmıştır. Örneğin Antik Yunan Sparta Uygarlığında, engelli doğan bebeklerin güneşli tepelere terk edilmesi, bağlanması ve ölüme terk edilmesi kabul edilir bir durum olmuştur (Çetin, 2016: 170-175).

Orta Çağ, genel itibariyle bir önceki dönemin bakış açısıyla aynı izler taşımıştır. Engelli çocukların, şeytanlar veya cadılarca himaye altına alınan, değiştirilen ve cinlerin musallat olduğu düşünölmüştür. Bu bireyler topluma itibar kaybettiren kişiler olarak görölmüşlerdir. Özellikle bu dönemlerde kilise ve rahipler tarafından, engelli bireylerin şeytani güçlere hizmet ettiği ve öldürölmesi gerektiği belirtilmiştir (Köse, 2014: 66-69). Orta Çağ'dan Sanayi Devrimi'ne kadar geçen süreçte Batı dünyasında engellilere bakışın değişmesine neden olacak Rönesans Hareketleri; Leonardo Da Vinci, William Harvey ve Versailius gibi sanatçı ve bilim insanlarının, insan anatomisi ve fizyolojisi çalışmaları olsa da bu dönemde engellilere yönelik bakış açısı ve uygulamalar değişmemiştir. Sanayi Devrimi'ne doğru yaklaşırken Amerika Kolonileri Dönemi'nde Philip Nelson (engelli bir bireyi eğitime ve onunla iletişim kurma girişimi) ve Jan Amos Komensky (Doğu Avrupa'da sınıf ve statü fark etmeksizin, tüm çocukların eşit şartlarda eğitim görme reformu) gibi düşünürler engelli bakış açısını kırma girişimlerinde bulunsalar da kilisenin tepkileriyle karşılaşmışlardır. 1700'lü yıllardan itibaren ise engelli konusundaki fikirler değişim göstermeye başlamış ve ilk adımlar atılmıştır. Bu dönemde İspanyol Keşif Ponce de Leon tarafından işaret dilini öğretme, Benjamin Franklin ve Thomas Bond tarafından ise engellilere bakım ve rehabilitasyon hizmeti sunan ilk hastaneyi kurma girişiminde bulunulmuştur. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri, engellilerin hak ve vatandaşlık kazanması konusunda öncü adımlar atmıştır (Çetin, 2016: 179-180).

Sanayi Devrimi yaklaşırken engellilere yönelik başlatılan çalışmalar ve engellilerin yaşama kazandırılma girişimleri sanayi ile beraber artan teknoloji ve üretim faaliyetleri nedeniyle tekrardan duraksama dönemine girmiştir. Fakat Sanayi Devrimi'yle hızlanan üretim faaliyetleri karşısında engellilerin ailelerine yük olarak görülmesi ve bu dönemde kiliselerin etkisinin azalması; engelliler konusunda devletin koruyucu bir rol alması, tedavi ve bakım hizmetlerini üstlenmesine neden olmuştur (Çarkçı, 2011: 17). Sanayi Devrimi ile artan makineleşme beraberinde endüstriyel kazaları ve mesleki riskleri artırmış ve zarar gören insan sayısında ciddi artışlar yaşanmıştır. Ayrıca savaşlardan kaynaklı artan engelli birey sayısı uluslararası alanda engellilere yönelik düzenlemeleri zorunlu kılmıştır. Çünkü hem iş hayatındaki riskler hem de savaşlara bağholarak azalan nüfus ve iş gücü potansiyeli engellilerin yaşama dâhil edilmesinde büyük bir rol oynamıştır (Gökmen, 2007: 1093). Ancak bu tür risk ve olumsuzluklara rağmen engelliler uzunca bir süre dışlanan ve acınılan bireyler olarak görölmüşlerdir.

Birleşmiş Milletler'in “herkes için eşitlik” ilkesine rağmen 20. yüzyılın ortalarına kadar engellilere yönelik hak ve çalışmalar kısıtlı kalmıştır. “Özürlülük” söylemi Birleşmiş Milletler belgelerinde ilk kez 1948 yılında İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde dile getirilmiştir. Bedensel engellilere yönelik çalışmalar ise

1945 yılında başlamış, engelliliği önleme ve rehabilitasyon amacıyla 1950 yılından Cenova Konferansı'nda bu durum dile getirilerek bir komisyon kurulmuş ve engellilere yönelik eğitim, tedavi, rehabilitasyon ve istihdam konularında uluslararası standartların belirlenmesi kararlaştırılmıştır (<https://engellilerdostu.com/engelliligin-dunyadaki-tarihsel-gelisimi/>). 1960'lı yıllardan sonra engelli haklarına yönelik Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'de başlayan, engelliliğin tıbbi yönleri yanında toplumsal yönlerini önemseyen ve “Engelli Hakları Hareketi” ile yürütülen çalışmalar engelli konusundaki modern sosyal politikalarından birisi olmuştur (Çetin, 2017: 100-101). Bu bağlamda uluslararası çeşitli kurum ve kuruluşlar ile ülkeler; engellilerin sosyal, ekonomik ve siyasal yaşamındaki dezavantajlarını gidermek amacıyla farklı politikalar yürütmeye başlayarak engellilerin sorunlarını gidermeye çalışmışlardır.

2.YERELDEKİ ENGELLİ HİZMETLERİNDE BELEDİYELERİN YERİ

Belediyelerin engellilere yönelik sunduğu hizmetlerin başlangıcı 19. yüzyıla kadar uzanmıştır. 1850'li yıllardan itibaren Osmanlı Devleti'nde yerel yönetim olarak belediyelerin teşkilatlanmaya başlamasıyla birlikte, yoksullar ile engellilere destek verilmeye başlanmıştır. 1868 tarihli Dersaadet İdare-i Belediye Nizamnamesi, belediye sınırları içerisindeki yoksullara bakma görevini şehremanetine yüklemiş ve Memurîn-i Mülkiye Terakki ve Tekaid Kararnâmesi gereği babası devlet memuru olup da vefat eden engelli bireylere maaş bağlanmıştır. Benzer şekilde 1877 tarihli Dersaadet Belediye Kanunu ile Vilayet Belediye Kanunu belediyelere kendi bütçelerinden engellilere yardım etme yükümlülüğü getirmiştir. Ayrıca 26.11.1911 tarihli Askerlik Kanunu ile sağır, dilsiz ve âmâ olan engelli bireyler askerlik görevinden muaf tutulmuştur (Balci, 2013: 85-86).

Tarihi süreç ile birlikte engelli alanında kazanılan deneyimler Cumhuriyet Dönemi ile devam ettirilerek çeşitli şekillerde günümüze kadar gelmiştir. Bu bağlamda dünya üzerinde birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de sosyal politika alanındaki plan ve programların uygulanmasında merkezi yönetim ile birlikte yerel idareler, özellikle belediyeler önemli çalışmalar yürütmektedir. Yerel yönetim; yerel bir topluluktaki bireylerin ortak gereksinimlerini karşılayan, kamu mal ve hizmetlerini sağlayan ve yerel halkın kendi seçtiği organlarca yönetilen birimlerdir (Tekeli, 1983: 3). “Yerel yönetimler”, ulusal sınırlar içerisinde yaşayan insanların yerel nitelikteki ortak gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulmuş anayasal kuruluşlardır. Yerel yönetim anlayışının temelinde yerel demokrasi değerleri bulunmaktadır. Bu değerler, yereldeki toplulukların kendileriyle ilgili olan yakın konularda özgürce ve demokratik yol ve yöntemlerle kendi kendilerini yönetmelerini öngörmektedir (Genç, 2009: 61). Dolayısıyla yerel yönetimler, özelden ise belediyeler, yerel alandaki sosyal hizmetler noktasında oldukça önemli bir idare şekli olmuştur.

Günümüz toplum hayatında dezavantajlı konumda olan engelli bireylere yönelik en temel yasal dayanak 1982 Anayasası'dır. Anayasa ile engellilerin korunması güvence altına alınmış ve engellilerin korunması anayasal bir hak olarak tanınmıştır. Daha sonrasında çıkarılan yasa, tüzük, yönetmelik gibi çeşitli düzenlemelerle engelli bireylere yönelik kurum ve kuruluşlar ile ilgili çalışmalar ortaya konmuştur.

1982 Anayasası'nın 10. maddesine göre “Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir. Çocuklar, yaşlılar, özürlüler, harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleri ile malul ve gaziler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmaz.” Buna göre herkes kanun önünde eşit iken engelli gibi dezavantajlı bireylere yönelik yapılan düzenlemeler eşitlik ilkesine aykırılık teşkil etmemektedir. Anayasa'nın bir diğer maddesi olan 50. maddeye göre de “Kimse, yaşına, cinsiyetine ve gücüne uymayan işlerde çalıştırılmaz. Küçükler ve kadınlar ile bedeni ve ruhi yetersizliği olanlar çalışma şartları bakımından özel olarak korunurlar”. Ayrıca engelli bireyler ile diğer dezavantajlı gruplara yönelik olarak Anayasa'nın 61. maddesinde:

“Devlet harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleriyle, malul ve gazileri korur ve toplumda kendilerine yaraşır bir hayat seviyesi sağlar. Devlet, sakatların korunmalarını ve toplum hayatına intibaklarını sağlayıcı tedbirleri alır. Yaşlılar, Devletçe korunur, Yaşlılara Devlet yardımı ve sağlanacak diğer haklar ve kolaylıklar kanunla düzenlenir. Devlet, korunmaya muhtaç çocukların topluma kazandırılması için her türlü tedbiri alır. Bu amaçlarla gerekli teşkilat ve tesisleri kurar veya kurdurur” hükmü getirilmiştir.

Türkiye'de merkezi idarenin 1993 yılında engelli gelir destek programı kapsamında engellilere yönelik başlattığı ilk proje girişimi istenilen sonucu verememiştir. Bu kapsamda Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Genel Müdürlüğü tarafından engellilerin evde bakımı konusunda Ankara, Adana, İzmir ve İstanbul illerinde başlattığı pilot çalışmalar¹ devam ettirilememiştir (Şensoy ve Karabekir, 2011: 22). Ancak

¹ Evde bakım ve gündüzlü hizmeti konusunda Türkiye'deki ilk proje 1993 yılı sonunda başlatılmıştır. Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Genel Müdürlüğü tarafından Ankara, Adana, İzmir ve İstanbul illerinde uygulanmaya konulmuştur. Hem evlerinde tek başına yaşayan yaşlılara

bir yıl sonra 1994 yılında Ankara Büyükşehir Belediyesi bünyesinde “Yaşlılara Hizmet Merkezi” kurulmuştur. Kurulan bu merkez sayesinde yaşlı bireylere yönelik evde bakım hizmetleri kapsamında çeşitli hizmetler sunulmaya başlanılmıştır.² 2001 yılında ise İstanbul Büyükşehir Belediyesi’ne bağlı İstanbul Sağlık Anonim Şirketi yaşlılara yönelik benzer nitelikte evde sağlık ve destek hizmetleri çalışmalarını yürütmüştür (Danış, 2005: 57). Dolayısıyla yerelde sunulan engelli hizmetlerinde belediyelerin merkezi yönetime verebileceği destekleri gösterme adına 90’lı yıllarda yaşanan bu gelişmeler önemli bir kanıt niteliği taşımıştır.

Türkiye’de yerel yönetimlerin yeniden yapılanma süreci 2004 yılında başlatılmış ve dünyada yaşanan gelişmeler takip edilerek bu süreç devam ettirilmiştir. Bu çerçevede 2004 yılında çıkarılan 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu ve 2005 yılında düzenlenen 5393 sayılı Belediye Kanunu ile sosyal hizmet ve yardımlar konusunda belediyelere yetki ve sorumluluklar tanımlanmıştır. Bu nedenle yerel yönetim olarak belediyeler alt yapı, temizlik, çevre düzenlemesi, imar, ulaşım gibi hizmetlerle birlikte çeşitli sosyal hizmet ve yardımları da yapma görevlerini de üstlenmektedir. Dolayısıyla sosyal belediyecilik anlayışı kapsamında yerel yönetimlerin özel gereksinimli bireyler ile riskli alanlar konusunda koruyucu ve iyileştiricisoyal hizmet uygulamaları yapması mevzuat çerçevesinde yasal bir zorunluluk olmuştur (Genç ve Barış, 2015: 109).

1982 Anayasası dışında engellilere yönelik hak ve imkânlar konusunda en kapsamlı yasal düzenleme 2005 yılında yürürlüğe giren 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanun’dur. Bu yasa ile Türkiye’de engellilere yönelik politikalar ile bu politikaları yürütecek kurum ve kuruluşlar ele alınmıştır. 5378 sayılı yasanın 4. maddesi gereği engelli alanındaki belirlenecek politikalar ile bu politikaların yürütülmesinde göz önünde tutulması gereken ilkeler şu şekildedir:

- Bireysel özgürlük,
- Fırsat eşitliği,
- Erişilebilirlik,
- İstismarın önlenmesi,
- Aile bütünlüğünün korunması,
- Çocuğun üstün yararı,
- Katılımcı kararlar alma,
- Sivil toplumun katılımı,

Hem demokratik katılımın ilk basamağı hem de yereldeki sosyal ihtiyaçların karşılanmasında temel birimlerden biri olan yerel yönetimlerin 5378 sayılı yasa ile diğer mevzuatlar gereği engelli haklarını sağlama ve engelliği sosyal yaşama dâhil etme konusunda yapacakları hizmetler önem arz etmektedir. Dolayısıyla fiziki mekânları engelli lehine düzenlemeden engellilerin ulaşım hakkı, istihdam imkânı ile sosyo-ekonomik yönden güçlenip sosyal hayata katılmalarına kadar yereldeki engelli politikalarının yürütülmesinde belediyelerin çeşitli sorumlulukları önem kazanmıştır (Kesgin, 2014: 2).

Uluslararası belge niteliği taşıyan “Avrupa Kentsel Şartı”nda kente özgü alan ve mekânlarda engelli bireylere ve haklarına yönelik “*her kentlinin temel hakkı, kentteki tüm sosyal etkinlik ve olanaklara yaş, ırk, bedensel ve zihinsel kabiliyetlerine bakılmaksızın, kendi özgür iradeleriyle erişim hakkına sahiptir*” şeklinde bir düzenlemeye gidilmiştir.³ Böylece kentsel alandaki engelli bireylerin hakları ile fırsat eşitliğine işaret edilmiştir.

Günümüz Türkiye’inde engelli nüfusun kente özgü alanlarda yoğunlaşmaya başladığı gözlenmektedir (Kesgin, 2014: 4). Dolayısıyla engelli bireye yönelik her türlü hizmet ve çalışmalarda kent yönetimleri yani belediyeler gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Çünkü gün geçtikçe belediyeler yerel alanlardaki sosyal nitelikli sorunların çözümünde önemli bir birim olma yolunda ilerlemektedirler (Kesgin, 2016: 334). Bu bağlamda yerel alanda engelli politikalarının uygulanmasında merkezi yönetim kadar belediyelerin de oldukça önemli görev ve sorumluluk taşıyacakları aşikârdır.

“Avrupa Kentsel Şartı”na göre kentsel alandaki engellilerin en önemli haklarından birisi de erişim hakkıdır. Bu çerçevede engelli bireyin her türlü hizmet ve imkâna erişmesinde eşitliğin sağlanması önemlidir. Bu konuda da yerelde sunulan tüm hizmetlere normal sağlıklı bir vatandaşın ulaştığı gibi engelli bir bireyin de ulaşabilmesinde belediyelerin rolü önemli ve büyük olmaktadır. Dolayısıyla 2000 yılından sonra belediye yasalarında yapılan reformlarda engelli konusunda belediyelere çeşitli görevler yüklenmiştir.

yardımcı olmak hem de evde bakım hizmetinde yer alacak ara personelin yetiştirilmesi amacıyla başlatılan bu proje, pilot uygulamalardan istenilen etkili sonuç elde edilemediği için sonlandırılmıştır (Danış, 2005: 57).

²Ankara Büyükşehir Belediyesi Sosyal İşler Daire Başkanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Yaşlılara Hizmet Merkezi’ne yaşlılar üye olup hizmetlerden faydalanmaktadır. Bu kapsamda 2019 yılı itibarıyla 52.537 yaşlı birey hizmetlere ulaşmak için merkeze üye olmuştur (Yaşlı Dostu Belediye, 2019).

³ Bu düzenleme daha çok kentte yaşayan engelli nüfusa yönelik bir düzenlemeyi içermektedir. Ancak bu düzenleme, kentli veya kırsal alan şeklinde ayırım yapmak yerine tüm engelli ve dezavantajlı konumdaki bireylere yönelik daha geniş kapsamlı olacak şekilde yeniden ele alınmalıdır.

5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 14. maddesindeki "Belediye hizmetleri, vatandaşlara en yakın yerlerde ve en uygun yöntemlerle sunulur. Hizmet sunumunda engelli, yaşlı, düşkün ve dar gelirlilerin durumuna uygun yöntemler uygulanır" hükmü gereğince, hizmetin yerine getirilmesinde engelli bireyler ile diğer dezavantajlı konumdaki bireylerin durumlarına göre uygun yöntemin kullanılması belirtilmiştir.

Belediye yasasının 38. maddesinde "Bütçede yoksul ve muhtaçlar için ayrılan ödeneği kullanmak, engellilere yönelik hizmetleri yürütmek ve engelliler merkezini oluşturmak" şeklinde belediye başkanının görevleri arasındadır. Bunun yanında yasanın 60. maddesinde "Dar gelirli, yoksul, muhtaç ve kimsesizler ile engellilere yapılacak sosyal hizmet ve yardımlar" şeklinde belirtilen hüküm gereği engellilere yönelik sunulan sosyal hizmetler ile yardımlar belediye giderleri arasında sayılmıştır. Dolayısıyla belediye tüzel kişiliğini temsil eden belediye başkanın görevleri arasında engellilere yönelik hizmetleri sunmak ve bunlara ilişkin harcamaları da belediye giderlerinden saymak yasal bir zorunluluk olmuştur.

Belediyeler 5393 sayılı yasadaki kaynaklı engellilere yönelik hizmetleri yürütmeye sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapma imkânına sahiptir. Yasanın 75. maddesinin c bendinde belediyelere engellilere yönelik faaliyet yürüten dernek ve vakıflar ile birlikte çalışabilme fırsatı tanınmıştır. Ayrıca yasanın 77. maddesindeki "Belediye; sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadınlara, çocuklara, engellilere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında beldede dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygular" hükmü gereği engelli hizmetlerinde belediye çalışmalarına yerel halkın gönüllü katılımını teşvik etme ve sağlama imkânı getirilmiştir. Böylece belediyeler engellilere yönelik yerel çalışmalarda yönetim ilkesini uygulama fırsatına da sahip olmuştur.

2004 yılında yürürlüğe konulan 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun 7. maddesi⁴ büyükşehir belediyelerinin görevleri arasında engelli hizmetlerini de saymıştır. 5393 sayılı Belediye yasasında olduğu gibi 5216 sayılı yasanın 18. maddesi de büyükşehir belediye başkanına engellilerle ilgili faaliyetlere destek olmak amacıyla engelli merkezi kurma görevi vermiştir. Ayrıca büyükşehir belediyesinin engelliler için yaptığı sosyal hizmet ve yardımların da belediyenin giderleri arasında olduğu 5216 sayılı yasanın 24. maddesiyle hüküm altına alınmıştır.

5216 sayılı kanuna, 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanun ile eklenen geçici 1. madde⁵ ile büyükşehir belediyelerine engelli hizmet birimlerini kurma zorunluluğu getirilmiştir. Böylece büyükşehir belediyelerinin teşkilat yapısında engelli hizmet birimlerine de daimi olarak yer verilmiştir. Engelli hizmet birimleri faaliyet alanları ile ilgili olarak engellilere yönelik kurulmuş vakıf ve dernekler ile bunların üst kuruluşlarıyla işbirliğine gidebilmektedir. Ayrıca 5216 sayılı kanunun 7. maddesi gereğince ilçe belediyelerinin görev ve yetkileri arasında engellilere yönelik sosyal ve kültürel hizmetler sunmak ve mesleki eğitim ve beceri kursları açmak da yer almıştır.

Büyükşehir belediyelerinin teşkilat yapısında yer alan Engelli Hizmet Birimlerinin görev, yetki ve sorumlulukları ile işleyişine dair 16.08.2006 tarihinde "Büyükşehir Belediyeleri Engelli Hizmet Birimleri Yönetmeliği" yayınlanmıştır. Fakat Devlet Denetleme Kurulu'nun 2009 yılında yayımladığı raporda yönetmeliğin diğer belediyeler ile il özel idareleri için de bir rehber olduğu belirtilmiştir (Onur İnce vd., 2016: 88). Dolayısıyla büyükşehir belediyeleri dışındaki diğer yerel yönetim birimleri içinde engelli hizmetlerinde yönlendirici bir yönetmelik ortaya çıkmıştır.

3.MALATYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİNİN ENGELLİLERE YÖNELİK HİZMETLERİ

Büyükşehir belediyeleri başta olmak üzere birçok belediye bünyesinde kurulan engellilere yönelik hizmet birimleri aracılığıyla engellilere yönelik çeşitli görev ve sorumluluklar yerine getirilmektedir. Bu belediyeler arasındaki büyükşehirlerden birisi de Malatya Büyükşehir Belediyesi'dir.

2012 yılında yerel yönetim alanında yapılan yasal düzenlemeler sonucunda belediyeler ile diğer yerel yönetim birimlerinde önemli değişiklikler yapılmıştır. 12 Kasım 2012'de kabul edilerek 6 Aralık 2012'de resmî gazetede yayınlanan "6360 sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile yerel yönetim

⁴ Yasanın 7. maddesinin v bendinde "Sağlık merkezleri, hastaneler, gezici sağlık üniteleri ile yetişkinler, yaşlılar, engelliler, kadınlar, gençler ve çocuklara yönelik her türlü sosyal ve kültürel hizmetleri yürütmek, geliştirmek ve bu amaçla sosyal tesisler kurmak, meslek ve beceri kazandırma kursları açmak, işletmek veya işletmek, bu hizmetleri yürütürken üniversiteler, yüksek okullar, meslek liseleri, kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapmak." hükmü getirilerek engelli hizmetlerinde büyükşehir belediyelerine sorumluluk verilmiştir.

⁵ Ek Madde 1- (Ek: 1/7/2005-5378/40 md.) : "Büyükşehir belediyelerinde engellilerle ilgili bilgilendirme, bilinçlendirme, yönlendirme, danışmanlık, sosyal ve mesleki rehabilitasyon hizmetleri vermek üzere engelli hizmet birimleri oluşturulur. Bu birimler, faaliyetlerini engellilere hizmet amacıyla kurulmuş vakıf, dernek ve bunların üst kuruluşlarıyla işbirliği hâlinde sürdürürler. Engelli hizmet birimlerinin kuruluş, görev, yetki, sorumluluk ve işleyişine ilişkin usul ve esaslar Özürlüler İdaresi Başkanlığının görüşü alınarak Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca hazırlanacak yönetmelikle belirlenir."

ve özellikle de büyükşehir yönetim sisteminde önemli değişiklikler yapılmıştır. 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri ile birlikte uygulamaya başlanılan 6360 sayılı yasa gereğince 14 il belediyesi, büyükşehir belediyesi yapılmış ve bu belediyelerinin sınırları, il mülkî sınırlarına kadar genişletilmiştir. Bu belediyelerden birisi de Malatya Belediyesi'dir. Yasa ile birlikte büyükşehir belediye yönetim şekline dönüşen Malatya Belediyesi'nin hizmet alanı ile sorumlulukları da artmıştır.

Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) teşkilat yapısı içerisindeki Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı bünyesinde çeşitli sosyal hizmet ve yardımlar yürütülmektedir. Dolayısıyla bu daire başkanlığı bünyesinde kurulmuş olan Engelliler ve Yaşlı Hizmetleri Şube Müdürlüğü tarafından engelli hizmetleri sunulmaktadır (MBB Organizasyon Şeması, 2019). Ayrıca belediye bünyesindeki bir diğer daire başkanlığı olan Sağlık ve Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı tarafından da sosyal yardım ve hizmet, sağlık gibi alanlarda çeşitli hizmetler sunulmaktadır (MBB 2018 Yılı Faaliyet Raporu, 2019: 473).

3.1.Bakım ve Destek Hizmetleri

Malatya Büyükşehir Belediyesi tarafından kent bütününde yaşayan engelli bireylere yönelik bakım, yardım, sağlık gibi konularda bakım ve destek hizmetleri sunulmaktadır. Büyükşehir belediyesi 2015 yılından itibaren engelli, yaşlı ve ihtiyaç sahibi kişilere yönelik evde bakım hizmeti kapsamında "Yalnız Değilsiniz" projesini başlatmıştır. Proje kapsamında engelli veya yaşlı kimseler yaşam alanlarında ziyaret edilerek ihtiyaçları tespit edilmiştir. Daha sonra Malatya İl Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı ile işbirliğine gidilerek tespit edilen ihtiyaç ve bakımların karşılanması gerçekleştirilmiştir (MBB 2015 Yılı Faaliyet Raporu, 2016: 329).

Sağlık ve Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı'na bağlı Sağlık İşleri Şube Müdürlüğü; engelli, yaşlı ve diğer ihtiyaç sahibi kişilere ücretsiz sağlık bakımı hizmeti sunmaktadır. Müdürlük bünyesinde kurulan Sağlık Poliklinikliğinde ücretsiz muayene, diş çekimi, pansuman, enjeksiyon gibi sağlık hizmetleri ile reçeteli ihtiyaç sahibi kişilere ücretsiz ilaç yardımı yapılmaktadır (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 345).Belediyeye yardım talebinde bulunan ihtiyaç sahipleriyle ilgili tahkikat yapılarak muhtaçlık derecesine ve nüfuslarına göre gıda, ekmeke, nakdi, yol vb. çeşitli yardımlar yapılmaktadır. Bu bağlamda MBB; İl Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı, İlçe Belediyeleri, Engelliler Merkezi gibi çeşitli kurumlarla işbirliği yaparak engelli, yoksul, yaşlı gibi mağdurların tespitlerinin yapılması ve yaşam standartlarının iyileştirilmesini temel amaç edinmiştir. Bu bağlamda büyükşehir belediyesinin 2016 yılında yardım yaptığı kişi sayısı 118.525'e ulaşmıştır (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 346-349). Dolayısıyla belediyelerin merkezi idarenin yereldeki hizmetlerine destek ve katkı sunması önem arz etmektedir.

2016 yılında Malatya Büyükşehir Belediyesi, engelli bireylerin kimlik ve adres ile engellilik ve sosyo-ekonomik durum bilgilerinin yer aldığı Engelli Kayıt Sistemi'ni kurarak engellilere yönelik bilgi veri tabanı oluşturmuştur. Böylece, veri sistemine kaydı yapılan 1.700 engelli bireye belediyenin hizmetleri ve yürüttüğü faaliyetler hakkında bilgilendirme işlemi başlatılmıştır. Ayrıca zihinsel ve işitsel yönden engelliler için özel sınıflar oluşturularak 300 engelli bireye Engelli Kamu Personeli Seçme Sınavı'na yönelik eğitim hizmeti verilmiştir. Böylece 50 engelli bireyin kamusal alanda memur olarak istihdam edilmesi sağlanmıştır (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 357). Bu bakımdan belediyeler istihdam konusunda özel gereksinim duyan dezavantajlı gruplara yönelik imkân ve fırsat sunulması konusunda sorumluluk üstlenme ve yetki paylaşma fonksiyonlarına sahip olmaktadır.

Büyükşehir Belediyesi engelli bireylere yönelik eğitim, istihdam gibi hizmetler yanında danışmanlık ve rehberlik hizmetlerine de önem vererek bu alanda hizmetlerini arttırmaya başlamıştır. Bu çerçevede Engelli Koordinasyon Şube Müdürlüğü bünyesinde Kamu Personeli Seçme Sınavı'na yönelik 200 engelli aday ile 800 den fazla engelli bireye engellilik ve sorunları hakkında çeşitli konularda danışmanlık ve rehberlik hizmeti sunulmuştur. Bu hizmetlerin yanı sıra ulaşım konusunda engelli bireylere destek olmak için bir başka çalışmayı da başlatmıştır. Bu konuda görme, ortopedik ve ağır zihinsel engelli bireylerin gidecekleri yerlere daha rahat ve konforlu şekilde ulaşabilmelerini sağlamak amacıyla, randevulu sistemle çalışan ve özel olarak hazırlanmış engelli aracı engellilerin hizmetine sunmuştur. Ayrıca bu bireylerin ihtiyaçlarına yönelik tekerlekli sandalye, yürüteç, koltuk değneği gibi çeşitli türde medikal malzeme yardımı yapılmıştır (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 358-360).

Toplumda sağlıklı ve normal bir birey kadar engelli bireyin de yer alabilmesinin yöntemlerinden birisi de toplumsal bilincin artırılması ve duyarlılığın geliştirilmesidir. Bu bağlamda Malatya Büyükşehir Belediyesi 3 Aralık Dünya Engelliler Gününde, engelli ve sorunlara yönelik farkındalık oluşturma ve toplumu bilgilendirme amacıyla kentte muhtelif yerlerdeki tanıtım yerlerine engellilik ile ilgili görsel ve yazılı bildiriler asmıştır. Ayrıca Dünya Engelliler Gününde engelliler ile yakınlarına özel bir program hazırlanarak engellilerin ürettiği el ürünlerinin sergi ve tanıtımı yapılmıştır (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 359).

Dolayısıyla engellilerin hem toplumsal hayata tutunmalarına hem de toplumsal bilincin artmasına, düzenlenen bu tür faaliyetlerle büyükşehir belediyesi katkı vermiştir.

Engelli bireylerin sağlıklı bir yaşama kavuşmalarına destek olmayı hedefleyen büyükşehir belediyesi çeşitli sağlık hizmetlerini engelli bireylere sunmaya çalışmıştır. Bu amaçla işitme engelli doksan bireyin işitme yönlü sağlık testi taraması yapılarak tedavileri konusunda yardım, danışmanlık ve yönlendirme hizmeti sunulmuştur. Ayrıca hem yaşadıkları çevreye hem de toplum hayatına hızlı ve sağlıklı bir şekilde uyum sağlamalarına katkı vermek amacıyla ihtiyaç sahibi iki yüz on üç engelli bireye tekerlekli sandalye ile çeşitli türde medikal malzeme yardımı yapılmıştır. Bunların yanı sıra toplam altı yüz otuz engelli bireye de taşıma ve ulaşım hizmeti Malatya Büyükşehir Belediyesi tarafından 2017 yılı içerisinde sunulmuştur (MBB 2017 Yılı Faaliyet Raporu, 2018: 475-476). Bu bakımdan engellilere yönelik koruyucu ve destek hizmetleri konusunda belediyeler yerel alanlarda daha güçlü olabilmektedir.

Sağlıklı bireyler gibi sosyal hayatta engelli bireylerinde güvenli ve kolay ulaşım sağlayabilmeleri için cadde ve sokakların yeniden düzenlenmesi yapılmıştır. Bu amaçla engellilerin yaya geçitleri ile cadde ve sokakları bulması ve güvenli bir şekilde ulaşım yapabilmeleri amacıyla cadde, konum, trafik ışıkları gibi durumlar hakkında titreşimli, sesli ve Braille alfabesi ile bilgi sunan akıllı buton sistemleri çeşitli cadde ve kavşaklara kurulmuştur (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 414). Ayrıca engelli rampası, sarı çizgi, izli-yol uyarı uygulamaları (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 212-213) ile yaya üst geçitleri ile diğer trafik ulaşım kanallarına engelli asansörü ve rampa hizmeti çalışmaları (MBB 2018 Yılı Faaliyet Raporu, 2019: 282) büyükşehir belediyesi tarafından engelli bireylere sunulan diğer hizmetler arasındadır. Sosyal destek konusunda engellilere yönelik yasal sorumluluklarını yerine getiren belediyeler, aynı zamanda merkezi idarenin tamamlayıcı ve destekleyici rolünü de gerçekleştirmektedir.

3.2.Sosyal, Kültürel ve Eğitim Hizmetleri

Büyükşehir belediyesi düzenlediği kurs ve eğitimlerle engelli bireylerin hem sosyalleşmelerini hem de toplum hayatına adaptasyonlarını sağlamayı hedeflemiştir. Bu bağlamda 2015 yılında Engelliler Koordinasyon Şube Müdürlüğü tarafından çeşitli eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunulmuştur. Başta zihinsel engelli bireyler olmak üzere çeşitli türdeki engelli bireylere yönelik Halk Eğitim Müdürlüğü ile iş birliği yapılarak Osmanlı Minyatür Kursu ile Çeyiz Hazırlama Kursu düzenlenmiştir (MBB 2015 Yılı Faaliyet Raporu, 2016: 337-338).

Malatya Büyükşehir Belediyesi, engelli bireylerin istihdamı konusunda yardımcı olmak için 2015 yılında Engelli Kamu Personeli Seçme Sınavı kursu vermiştir. Kurs kapsamında işitme, görme, zihinsel ve genel engellilik durumları ile lise, ön lisans ve lisans mezunu seviyelerine göre ayrı ders ortamı ile sınıfları oluşturularak 300 kişi sınava hazırlanmıştır. Ayrıca kura ve tercih dönemlerinde bu engelli bireylere danışmanlık hizmetleri de sunulmuştur. Böylece kursa katılan engelli bireylerden yarıya yakını memur olarak kamu kurumlarına atanmıştır (MBB 2015 Yılı Faaliyet Raporu, 2016: 338-339). Dolayısıyla engelli bireylere sunulan eğitim hizmeti sonucunda engelli bireylerin istihdam edilmesi sağlanmıştır.

Engellilerin sosyal ve kültürel alanda da yer alabilmesini hedefleyen büyükşehir belediyesi spor kulübüne verilen destekle engelliler sportif faaliyetlere katılma imkânı bulmuştur. 2015 yılında Türkiye Bedensel Engelliler Kupası müsabakasına katılan altı engelli sporcu altın, gümüş ve bronz madalyalar kazanmıştır. Bunların yanı sıra yüz engelli birey ile ailelerine yönelik Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü ile ortak program kapsamında engelli hakları ile obezite ve sağlıklı yaşam konularında seminerler verilmiştir. Ayrıca Büyükşehir Belediyesi tarafından ilk kez Malatya'da düzenlenen Engelsiz yaşam Fuarı kapsamında engellilere yönelik faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları, medikaller ile özel eğitim veren kuruluşların fuara katılımları sağlanarak stantlar açtırılmıştır. Fuar kapsamında seminerler, resim sergileri, özel sektörün sahne gösterileri gibi engelli ve engellilik konusunda bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmaları yapılmıştır (MBB 2015 Yılı Faaliyet Raporu, 2016: 338). Böylece toplumun engelliler konusunda bilgi ve bilinç düzeyleri arttırılarak, engelli bireyler ile ailelerinin ihtiyaç ve beklentilerine dikkat çekilmiştir.

Sanatsal ve kültürel değerlerin yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla Sanat Etkinlikleri Şube Müdürlüğü bünyesinde 2016 yılında çeşitli branşlarda kurs ve eğitimler verilmiştir. Bu amaçla sunulan eğitim faaliyetlerine büyükşehir belediyesi engelli bireyleri de dâhil ederek engellilerin sosyal hayattaki varlıkları daha da güçlendirilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede çini, kil şekillendirme, karakalem, yağlı boya, temel sanat eğitimi, grafik tasarım, fotoğrafçılık, diksiyon, drama, keman, piyano, gitar, tiyatro alanlarında 31 engelli bireye eğitim kursu açmıştır (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 315). Böylece kültür ve sanat alanlarında ulusal ve uluslararası düzeyde kabul görece şekilde ulusal veya yerel kültür ve sanatın tanıtımının yapılıp yaşatılmasına engelli bireylerin de katkı yapabilmelerinin yolu açılmıştır.

Kültür ve eğitim alanlarının yanı sıra spor alanında da engelli bireylerin daha fazla yer alması ve spora teşvik amaçlı engelli bireyler için Büyükşehir Belediyesi tarafından özel spor merkezi kurulmuştur. Ayrıca diş hastanesi ile birlikte yürütülen bir proje ile engelli bireylerin ağız ve diş sağlığı taraması başlatılmış ve sağlıkla ilgili bilgilendirme ve yönlendirme hizmetleri sunulmuştur (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 358-359). Malatya Büyükşehir Belediyesi hem engelli bireyin eğitimine katkı vermek hem de engellinin sosyal çevresiyle uyumun sağlanabilmesi amacıyla çeşitli konu ve alanlarda eğitim ve kurslar düzenlemeye başlamıştır. Bu çerçevede belediyenin birimlerinde çalışan personele işaret dili, engelli hakları gibi konularda hizmet içi eğitimler vermiştir. Ayrıca engelli bireylere yönelik girişimcilik ile dart, ev tekstili, bilgisayar işletmenliği gibi farklı alanlarda çeşitli eğitim ve kurslar düzenlenmiştir (MBB 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2017: 360-364). Dolayısıyla engelli bireyin sosyal ve ekonomik hayata tutunma konusundaki mücadelesine belediyeler kişisel gelişim yönünden destek vererek katkı sunmayı amaçlamıştır.

Kültürel ve eğitim konularında engelli bireylerin gelişmesine önem veren Malatya Büyükşehir Belediyesi 2016 yılında başlattığı kültürel çalışmalarına devam etmiş ve 2017 yılında Sanat Etkinlikleri Şube Müdürlüğü bünyesinde keman, piyano, gitar, karakalem, drama gibi kültürel alanlarda 38 engelli bireye eğitim ve kurslar düzenlemiştir (MBB 2017 Yılı Faaliyet Raporu, 2018: 433). Ayrıca engelli bireylerin ulaşım konularına yardımcı olmak için kendi sunduğu hizmetler dışında sivil toplum kuruluşlarına da destek vermiştir. Bu kapsamda engelli öğrencilerin eğitim hayatlarına devamı için ihtiyaç duydukları konforlu ulaşım konusunda faaliyet yürüten bir sivil toplum kuruluşuna destek vererek nakdi yardımlarda bulunmuştur (MBB 2017 Yılı Faaliyet Raporu, 2018: 469). Nitekim engelli bireylerin eğitim konusunda Malatya Büyükşehir Belediyesi'nin hizmetlerinden olan Engelli Kamu Personeli Seçme Sınavı hazırlık kursu ile 2010-2017 yılları arasında kamusal alanda istihdam amaçlı üç yüz elli engelli birey memur olarak atanmıştır (MBB 2017 Yılı Faaliyet Raporu, 2018: 474). Böylece büyükşehir belediyesi bu tür hizmetleriyle engellilerin hem istihdamı hem de eğitim ve kültür yönüyle engeli bireylere doğrudan fırsat sağlamıştır.

Engelli bireylerin toplum hayatına uyumlarının kolaylaştırılması ve karşılaştıkları kente özgü sorunların çözüme kavuşturulması amacıyla Malatya Büyükşehir Belediyesi engellilerle doğrudan iletişim ve etkileşim süreci başlatmıştır. Bu kapsamda büyükşehir belediyesi engellilere yönelik çalışan sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte farklı türdeki engelli bireylerin katıldığı çeşitli istişare ve söyleşi toplantıları düzenlemiştir. Ayrıca engellilerin hem toplum hayatındaki varlıklarına dikkat çekmek hem de onların toplum hayatına adapte olmalarına destek olmak için engelli eğitimciler tarafından on bir okuldaki öğrencilere engellilik ve engelli birey konularında seminerler verilmiştir (MBB 2017 Yılı Faaliyet Raporu, 2018: 477).

Toplum hayatında engelli bireylerin varlığına dikkat çekmek için Malatya Büyükşehir Belediyesi faaliyetlerine devam etmiştir. Bu bağlamda engelli bireylerle ilgili farkındalık oluşturmak için sivil toplum kuruluşuyla işbirliği yaparak otizmli bireyler ile diğer engelli birey ve aileleriyle bir araya gelinerek engellilerin katıldığı spor yarışları, söyleşi ve diğer çeşitli programlar gerçekleştirmiştir. Ayrıca farklı engelli türü ve düzeyine sahip bireylerin kendi işyerlerini kurabilmeleri amacıyla iş ve meslek danışmanları tarafından destek ve hibe programları hakkında bilgilendirme ve danışmanlık hizmetleri Büyükşehir Belediyesinin düzenlediği seminerlerle sunulmuştur (MBB 2018 Yılı Faaliyet Raporu, 2019: 83).

SONUÇ

Merkezi idarenin, yerel nitelikli hizmetlerin yürütülmesindeki önemli destekleyicilerinden birisi de belediyelerdir. Bu bakımdan belediyeler, yerelde engellilere yönelik sosyal politikaların uygulanmasındaki aktörler arasında yerini almıştır. Çünkü belediyelerin engelli alanında sunduğu faaliyetler ve üstlendiği yasal görevler, bu alanda ileriye dönük yapılacak politikalarda planlama, uygulama gibi konularda belediyelere daha fazla sorumluluklar yüklenebileceği anlamına gelmektedir.

Yasal düzenlemelere bağlı olarak süreç içerisinde belediyelerin hem sosyal hizmet yönlüyetkileri hem de genişletilen hizmet alanları belediyelerin engellilik konusundaki faaliyetlerini hızlandırmıştır. Bu çerçevede genel olarak belediyelerin, özelde ise büyükşehir belediyelerinin engellilerin toplum hayatına uyumunun desteklenmesinden, eğitim ve istihdamına kadar çeşitli konularda uygulamaları görülmektedir. Çünkü belediyelerin sahip olduğu kaynakları ile bulunduğu çevre şartları engellilere yönelik hizmetin niteliğini belirlemektedir. Bu bağlamda Malatya Büyükşehir Belediyesi'nin engellinin istihdamı konusundaki eğitim ve destek planlaması bunun bir örneğini oluşturmuştur.

Belediyelerin fonksiyonları gereği yerel halkın müşterek ihtiyaçları ile beklentilerini karşılamakla sorumlu olmaları, sosyal politikaların yürütülmesinde belediyelere doğrudan sorumluluk yüklemiştir. Dolayısıyla belediyeler; kendi sınırları içerisinde yaşayan yerel halkın refahını yükseltmek, temel insani haklara kolayca ulaşımı sağlamak ve sosyal adaleti sağlamak gibi konuları yereldesunmakla sorumlu

tutulmuştur. Bu sorumlulukların yanı sıra belediyelerin yürütmekle yükümlü olduğu diğer gruplar arasında engelli bireyler ile onlara yönelik hizmetler de bulunmaktadır.

Engelli bireylere yönelik hizmet, kaynak ve imkânların erişebilirlik ve ulaşılabilirlik noktasında birçok belediyenin kendi sınırları içerisinde faaliyetler yürütmeye çalıştığı görülmektedir. Bu belediyelerden birisi de Malatya Büyükşehir Belediyesi'dir. 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Yasası ile 5393 sayılı Belediye Yasası gereğince engellilere yönelik meslek veya beceri kursları açmak, sosyal yardım ve destek ile çeşitli sosyo-kültürel programları Malatya Büyükşehir Belediyesi sunmaktadır.

Büyükşehir belediyesinin, engellilerin meslek ve beceri kazanması için düzenlendiği çeşitli türdeki destek programları ile eğitim kursları en önemli hizmetleri arasında olmuştur. Çünkü bu hizmetlerin sağlanmasının sonunda engelli bireyler istihdama doğrudan katılmıştır. Böylece engelli bireylerin bağımsız olarak yaşamlarını sürdürmelerine ve sosyal yaşama katılmalarına imkân tanınmıştır.

Engellilik ve engelli sorunları hakkında bilgilendirme ve bilinçlenme konularında Malatya Büyükşehir Belediyesi personelinin gelişmesi için çeşitli kurs ve programlar düzenlenmiştir. Bununla birlikte engellilerin ve ailelerinin karşılaştıkları sorunları kendi başlarına çözebilmeleri için kapasite geliştirici eğitimler verilmiştir. Ayrıca engellilerin beden ve ruh sağlığına destek olmak için spor alanında tesis kurma, turnuvalar düzenleme gibi çeşitli projeleri hayata geçirilmiştir.

Büyükşehir belediyeleri ile diğer belediyelerin engellilere yönelik yaptığı hizmet ve çalışmalar oldukça çeşitlenmiştir. Bu hizmetlerle, merkezi yönetimin engellilere yönelik sosyal politika uygulamalarında, büyükşehir belediyeleri önemli destekçi olmuştur. Ancak engelli konusundaki hizmetlerde büyükşehir belediyeleri dışındaki diğer belediyelerin sunduğu hizmetler, sosyal yardım, fiziki mekânların iyileştirilmesi ve çeşitli sosyal yardım programları ile sınırlı kalmıştır. Bu nedenle engelli hizmetleri konusunda üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, mesleki kurum ve kuruluşlar, özel sektör gibi yerel paydaşlarla belediyeler işbirliği yaparak hizmetlerin niteliğini geliştirmelidir.

Belediyelere, engellilere yönelik verilen yasal görev ve sorumluluklarla eşdeğer olacak şekildedir merkezi idare tarafından insan ve finans kaynağı desteğinin artırılması bu alandaki hizmetlerin niteliğinin gelişmesine imkân verecektir. Ayrıca belediyeler engelli konusunda kurum kültürü ile yerel halkın bilincini arttıracak plan ve projelerini stratejik hedefleri arasına koymalıdır. Yerel idare olarak büyükşehir belediyeleri ile diğer belediyeler kendi aralarındaki koordinasyonu güçlendirmeli ve engelli alanındaki başarılı hizmet uygulamaları ile tecrübe paylaşımını daha fazla yapmalıdır.

KAYNAKÇA

- Arıkan, Ç. (2001). Türkiye’de Görme Özürlü Kadınlar: Sorunlar, Beklentiler, Çözüm Önerileri. Körler Federasyonu Yayınları No: 3, Ankara.
- Artan, T. (2012). Yerel Yönetimlerde Sosyal Hizmetler. Sabev Yayınları, Ekim, Ankara.
- Balcı, S. (2013). Osmanlı Devleti’nde Engelliler ve Engelli Eğitimi Sağır Dilsiz ve Körler Mektebi. Libra Yayıncılık. İstanbul.
- Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi,
<https://humanrightscenter.bilgi.edu.tr/media/uploads/2015/08/03/EngellilerinHaklarinalliskinSozlesme.pdf>Erişim Tarihi: 18.07.2019
- Çarkçı, Ş. (2011). Engellilerin Mesleki Eğitimi ve İstihdamı, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetin, I. B. (2016). “Antik Çağ’dan Sanayi Devrimi’ne Batı Dünyasında Engellilik Tarihi”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19 (36-1), İİBF - 10. Yıl Özel Sayısı, s. 167-185
- Çetin, I. B. (2017). “Sanayi Devrimi’nden 21. Yüzyıla Batı Dünyasında Engellilik”. Sosyal Güvenlik Dergisi, 7 (1), s. 91-121.
- Danış, M. Z. (2005). Toplum Temelli Bakım Anlayışı. Özveri Dergisi, 2 (1), s. 50–59.
<https://www.ailevecalisma.gov.tr/media/2627/3sayi-2005-cilt-2sayi-1.pdf> Erişim Tarihi: 21.07.2019
- Dünya Engelliler Vakfı (2018). Engelsiz Şehir Tasarım Raporu. http://www.devturkiye.org/Projeler/Engelsiz_Sehir-Planlamasi/Engelsiz-Sehir-Tasarim-Raporu/ Erişim Tarihi: 19.07.2019
- Fırat, A. S. (2008). “Belediyelerin Engellilere Dönük Sosyal Hizmet Projeleri”. Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi, 19 (1), s. 89-100.
- Genç, Y. (2015). “Engellilerin Sosyal Sorunları ve Beklentileri”. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 15 (35/2), s. 65-92.
- Genç, Y. ve Barış, İ. (2015). “Sosyal Hizmetlerin Yeniden Yapılandırılmasında Yerinden Yönetimin İşlevselliği”. TheJournal of AcademicSocialScienceStudies (JASS), 32, pp. 95-117.
- Genç, Y. ve Çat, G. (2013). “Engellilerin İstihdamı Ve Sosyal İçerme İlişkisi”. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of AcademicInquiries), 8 (1), s. 363-393.
- Genç, Y. (2009). “Yerel Yönetimler ve Sosyal Hizmet Uygulamaları”. Kamuda Sosyal Politika Dergisi, 3 (9), s. 60-67.
- Gökmen, F. (2007). “Türkiye’de Özürlü Haklarının Gelişimi”, Özveri Dergisi, T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, 4 (2), s. 1085-1106.
- Kalaycı, S. (2017). “Belediyelerin Sosyal Hizmetlerin Sunumuna Yönelik Yasal Sorumlulukları”. International Journalof Academic Value Studies, 3 (10), pp: 124-129.
- Karataş, K. (2001). “Belediyelerin Sosyal Görevleri: Belediyeler ve Sosyal Hizmetler”. İnsani Gelişme ve Sosyal Hizmet: Prof. Dr. Nesrin Koşar’a Armağan, Ed.: Kasım Karataş ve Çiğdem Arıkan, s. 214-226, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Hizmetler Yüksekokulu Yayını No: 009, Ankara.
- Kesgin, B. (2016). “Sosyal Hizmetin Yerelleşmesi Ve Sosyal Hizmette Yerel Yönetimlerin Artan Rolü”. MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 14 (4), s. 319-340.
- Kesgin, B. (2015). “Etkinlikle Verimlilik Arasında Belediyeler”. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 14, s. 157-176.
- Kesgin, B. (2014). “Engellilere Yönelik Yerel Sosyal Politikalar”. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 23 (4) Ekim, s. 1-15.
- Kesgin, B. (2012). Kamu Sorumluluğunda Sosyal Hizmet. Açılım Kitap, İstanbul.
- Kolat, S. (2009). Avrupa Birliği Sosyal Politikası Çerçevesinde Özürlülere Yönelik Ayrımcılıkla Mücadele ve Türkiye’deki Yansımaları, Yayınlanmış Uzmanlık Tezi, T.C. Başbakanlık, Ankara.
- Köse, H. (2014). Kronolojik Engelli Tarihi ve Eğitimi. Engelliler Eğitiminin Tarihsel Gelişimi, İstanbul: İstanbul MEB Yayınları. s. 56-100.
- Küçükali, A. (2015). “Engellilere Uygulanan Sosyal Yardımlar”. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, 16 (35), s. 100-115.
- Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) 2014 Yılı Faaliyet Raporu. (2015).
http://www.malatya.bel.tr/yayin/2014_faaliyet_raporu/files/assets/basic-html/index.html#1 Erişim Tarihi: 17.07.2019
- Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) 2015 Yılı Faaliyet Raporu. (2016).
http://www.malatya.bel.tr/yayin/2015_faaliyet_raporu/files/assets/basic-html/index.html#1 Erişim Tarihi: 17.07.2019
- Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) 2016 Yılı Faaliyet Raporu. (2017).
http://www.malatya.bel.tr/yayin/2016_faaliyet_raporu/files/assets/basic-html/index.html#1Erişim Tarihi: 17.07.2019
- Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) 2017 Yılı Faaliyet Raporu. (2018).
http://www.malatya.bel.tr/yayin/2017_faaliyet_raporu/files/assets/basic-html/index.html#1 Erişim Tarihi: 17.07.2019

- Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) 2018 Yılı Faaliyet Raporu. (2019). http://www.malatya.bel.tr/yayin/2018_faaliyet_raporu/faaliyet_raporu_2018.pdf Erişim Tarihi: 17.07.2019
- Malatya Büyükşehir Belediyesi (MBB) Organizasyon Şeması (2019). <http://www.malatya.bel.tr/organization/11/0/organization.aspx> Erişim Tarihi: 21.07.2019
- Onur İnce, H., Babaoğlu, C. ve Yaralı Akkaya, A. (2016). “Belediye Hizmetleri ve Engelli Vatandaşların Beklentileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma”. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (2), s.86-109.
- Öktem, M. K. (2006). “Kamu Yönetimi Tartışması Bağlamında Sosyal Hizmetler”. Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi, 17 (2), s. 41-55.
- Önen, S. M. (2010). “Yerel Yönetimlerin Yoksullukla Mücadelesi: Malatya Belediyesi Örneği”. Sayıştay Dergisi, Ekim - Aralık, 79, s. 63-95.
- Öztürk, M. (2011), “Türkiye’de Engelli Gerçeği”, Editör: Abdullah Serenli, MUSİAD Cep Kitapları: 30, İstanbul.
- Şensoy, N. ve Karabekir, H. S. (2011). “Evde Bakım: Olgu Serisi”. Geriatri ve Geriatrik Nöropsikiyatri Dergisi, 2 (2-3), s. 21-27.
- Tekeli, İ. (1983). “Yerel Yönetimlerde Demokrasi ve Türkiye’de Belediyelerin Gelişimi”. Amme İdaresi Dergisi, 16 (2), s. 3-22.
- World HealthOrganization -WHO- (2011). World Report on Disability, Malta. https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/ Erişim Tarihi: 19.07.2019
- “Yaşlı Dostu Belediye” .(2019). <https://www.ankara.bel.tr/haberler/yasli-dostu-belediye/> Erişim Tarihi: 21.07.2019
- 1982 Anayasası.
- 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu.
- 5378 sayılı Engelliler Hakkında Kanun.
- 5393 sayılı Belediye Kanunu.
- 26261 sayılı ve 16.08.2006 tarihli Resmi Gazete: Büyükşehir Belediyeleri Engelli Hizmet Birimleri Yönetmeliği. <http://malatyahaber.com/haber/yasli-ve-engelliler-icin-asansor/> Erişim Tarihi: 19.07.2019
- <http://www.malatyaengelliler.org/buyuksehir-belediyesi-engelsiz-yasam-merkezi-1-etabi-tamamlandi/> Erişim Tarihi:19.07.2019
- <https://engellilerdostu.com/engelliligin-dunyadaki-tarihsel-gelisimi/>Erişim Tarihi: 15.07.2019
- <https://rayhaber.com/2018/12/malatyada-ustgecislere-engelli-ve-yasli-lar-icin-asansor-yapiliyor/>Erişim Tarihi: 19.07.2019
- <https://www.ailevecalisma.gov.tr/eyhgm/mevzuat/uluslararası-mevzuat/> Erişim Tarihi: 19.07.2019

Lojistik Öğrencilerinin İş Başlı Eğitiminden Tatmin Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği

A Research On Determination Of Satisfaction Levels Of Logistics Students From Job Shadowing: The Case Of Necmettin Erbakan University

Abdullah Oktay DÜNDAR*
Yasemin Telli ÜÇLER**
Selda Başaran ALAGÖZ***

ÖZ

İşbaşı eğitimi, iş yerinde veya iş yeri dışında işin fiilen yapıldığı yerde verilen eğitim olarak tanımlanmaktadır. Üniversitelerin tıp fakültelerinde intörn doktorluk olarak uzun yıllardan beri başarıyla uygulanan bu eğitim modeli son yıllarda mühendislik fakültelerinde ve diğer fakültelerde de uygulanmaya başlanmıştır. İş başlı eğitimi ya da 7+1 eğitim modeli olarak uygulanan sistemde öğrenciler 1 dönem boyunca eğitim alanlarına uygun iş yerlerinde istihdam edilmekte ve teorik bilgilerini pratik beceriye dönüştürmektedir. Bununla birlikte iş başlı eğitimi, üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanması, şirketlere iş gücü temininde kaynak oluşturmak vb. birçok faydaları bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, lojistik öğrencilerinin işbaşı eğitiminden tatmin düzeylerinin belirlenmesidir. Bu amaçla, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik bölümünde işbaşı eğitimi alan öğrencilere işbaşı eğitimi öncesi ilk anket, işbaşı eğitimi sonrası son anket yüz yüze uygulanmıştır. 71 öğrencinin anketleri değerlendirmeye alınmıştır. Öğrencilerin ilk anket ve son anket karşılaştırmalarında istatistiksel anlamlı bir fark olmadığı ve öğrencilerin işbaşı eğitiminden beklentilerinin karşılandığı belirlenmiştir. İşbaşı eğitimini 3. parti lojistik şirketlerde yapan öğrencilerin beklentileri, lojistik faaliyet icra eden diğer şirketlerde yapan öğrencilere göre daha yüksektir.

ANAHTAR KELİMELELER

İşbaşı Eğitimi, Staj, Tatmin, Lojistik, Üniversite Öğrencisi

ABSTRACT

Job shadowing is defined as the training given at the place where the job is actually performed in the company or outside the company. This training model, which has been successfully applied for many years as internship in medical faculties of universities, has been applied in engineering and other faculties in recent years. In the system applied as job shadowing or 7 + 1 education model, the students are employed in the companies according to their fields of study for 1 semester and they transform their theoretical knowledges into practical skills. On the other hand, job shadowing has many benefits like university-industry cooperation, creating resources for companies to provide labor etc. The aim of this study is to determine the satisfaction level of logistics students from job shadowing. For this purpose, the first questionnaire before job shadowing and the last questionnaire after job shadowing were applied to the students who gets job shadowing in Transportation and Logistics Department of Necmettin Erbakan University in the 2018-2019 academic year face to face. The questionnaires of 71 students were evaluated. It was determined that there was no statistically significant difference between the first and last questionnaires of the students and their expectations from job shadowing were met. Expectations of students who do job shadowing in 3rd party logistics companies are higher than those of other companies engaged in logistics activities.

KEYWORDS

Job Shadowing, Internship, Satisfaction, Logistics, University Student

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 25.09.2019 | 07.11.2019 |
| Atf | Dündar, A.O., Üçler, Y.T. ve Alagöz, S.B. (2019). Lojistik Öğrencilerinin İş Başlı Eğitiminden Tatmin Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 675-686. |

* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, aodundar@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8508-165X

** Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, ytelliuc@erbakan.edu.tr, ORCID:0000-0002-7695-2003

*** Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, sbalagoz@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4615-5337

GİRİŞ

Yaşadığımız yüzyılın önemli aktörlerin biri bilgidir. Bilgi, makro düzeyden mikro düzeye kadar ülkeleri, bölgeleri, toplumları, insanları etkisi altına alarak, çok yönlü bir değişim sürecine doğru itmiştir. Bu çok yönlü değişim süreci yeni oluşumların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Geleneksel yapılar yerini bu yeni oluşumlara bırakarak, üniversite ve sanayi kavramlarının yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Diğer taraftan küreselleşmenin de katkısıyla, oluşan rekabet ortamı üniversite ve sanayi arasındaki işbirliğini daha da önemli hale getirmiştir. Bilgiye bağlı hale gelen başarı özellikle günümüz iş dünyasında işletmelerin nitelikli işgücüne ihtiyaçları olduğunu göstermektedir. Ülkemizde ekonomik kalkınmanın hızlandırılması, işsizliğin azaltılması, işgücü piyasasının istediği nitelik ve nicelikte işgücünü sağlayacak bir eğitim sisteminin oluşturulması gerekmektedir. Bu eğitim sisteminin içerisinde yeniliğe açık, gelişmeleri takip eden, müşteri memnuniyetinin önemini kavrayan, takım çalışmasına yatkın, esnek, değişime hızlı uyum sağlayabilen bireyleri yetiştirmek önemli bir olgudur.

Bu bağlamda üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde oluşturulan bir yükseköğretim programıyla bireylere üniversitede verilen teorik bilgiyi kullanabilecekleri bir ortam hazırlanarak, sanayinin de gereksinim duyduğu işgücü profili oluşturulabilmektedir. Bu işgücü profilini doğru temeller üzerine oturtmak için iş başında eğitim kavramını iyi analiz ederek, öğrencilerin mezuniyetten sonraki hayata kolay adapte olmaları sağlanmalıdır.

Bu çalışmanın amacı, Uygulamalı Bilimler Fakültelerinin birçoğunda uygulanmakta olan iş başı eğitimi modelinden öğrencilerin tatmin düzeylerinin belirlenmesidir. Bu amaca ulaşmak için öğrencilere eğitim öncesi ve eğitim sonrası olmak üzere iki defa anket uygulanmıştır.

2. STAJ UYGULAMASI VE İŞBAŞI EĞİTİMİ

İş gücü piyasasının temelini oluşturan nitelikli eleman ihtiyacının yeterli düzeyde karşılanması üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde yapılan staj uygulaması ile önem kazanmaktadır (Olca vd.,2015:325). Staj uygulaması öğrencilerin ön lisans veya lisans öğreniminin bir parçası olup mezun olmadan önce okudukları bölümde edindikleri bilgi ve becerilerini üretim ve hizmet sektöründe bulunan işletmelerde deneyimleyerek gerçek iş hayatıyla tanışmalarına olanak sağlamaktadır (Barbarash, 2016: 21). Bu durum gelecekteki meslek hayatlarına yansımaktadır(Karacan ve Karacan, 2004:168). Deneyimsel Öğrenme Kuramına göre; kişiler en verimli şekilde kendi yaşantılarından ve deneyimlerinden öğrenmektedirler. Öğrenme, okullardan işyerlerine, araştırma merkezlerinden yönetim kurulu odalarına, kişisel ilişkilerden toplumsal ilişkilere kadar her alanda etkilidir (Barbarash, 2016: 29). Staj eğitimi alan öğrenciler, çalışma hayatıyla ilk kez karşılaşmakta, istihdam ve kariyer imkânlarına kavuşabilmekte, deneyimli kişilerin rehberlik ve gözetiminde olup öz geçmişlerine eklenecek bir referans bulabilmektedirler. Bu bağlamda; staj kişiye iş hayatında oluşabilecek zorlukları tanıma, bu zorluklarla nasıl baş edebileceğini öğretme, müşteri beklentilerini gözleme ve müşterilerle doğru iletişimin nasıl kurulacağını öğrenme gibi olguları öğrenciye kazandırmaktadır(Duran ve Dolmacı,2017:257).

İşbaşı eğitimi, personelin çalışmasına devam ettiği mesai saatleri içinde işin fiilen yapıldığı yerde bireysel veya grup olarak verilen eğitim olarak tanımlanmaktadır (Yeşil, 2015:38). Üniversitelerin bazı fakültelerinde stajyerlik adı altında iş rotasyonu, uyum, koçluk, çıraklık, mentörlük ve intörn mühendislik gibi iş başı eğitimi uygulamaları yer almaktadır (Yeşil, 2015:38-45). Bu uygulamaların “staj” olarak geçmesinin nedeni, öğrenci profiliyle yürütülmesinden ve üniversite yerleşkesinin dışında yapılmasından kaynaklanmaktadır (Akşit vd., 2016:1101). Üniversite-sanayi işbirliği adı altında işveren-öğrenci buluşmasına dayalı bu modeller “stajyerlik” uygulamasıyla örtüşmekle birlikte üniversite tarafından protokol imzalanan işgücü piyasası aktörlerince kavramsallaştırılmaktadır. Bu modeller bir taraftan öğrencinin eğitilmesine katkı sağlarken, diğer taraftan da eğitilen öğrencinin üretim sürecine girmesine imkan tanımaktadır (Akşit vd., 2016:1101).

Yükseköğretim kurumlarında “staj” olarak bilinen ve uygulanan programlar, ağırlıklı olarak yaz dönemlerinde 15 - 30 gün aralığında olmaktadır (Karadeniz ve Kumaş, 2016:751). Uygulanan programların kısa süreli olmasından ve denetiminin yeterince sağlanamamasından dolayı öğrencilerin uygulama becerilerine yeterli katkının sunulmadığı düşünülmektedir (Arpat vd.,2017:79).Öğrencilerin stajlardan maksimum seviyede yararlanması ve mezunların daha kalifiye işlerde çalışmasının sağlanması için yeni arayışlara girilmektedir. Bu yeni arayışlarda ortaya çıkan modellerden en önemlisi “işbaşı eğitimi” ya da “7 + 1 eğitim modeli”dir. “iş başı eğitimi” modeli, denetleme ve değerlendirme bakımından staj uygulamalarından farklılık gösterse de “staj” biçiminde uygulanmaktadır. İş başı eğitim modelinde öğrenciler 8. dönemlerini (14 hafta- ara sınav ve dönem sonu sınavları da dahil) staj yaparak geçirmektedirler. Öğrenciler staj sürecinde işverenin otoritesi altında faaliyette bulunmaktadırlar. Diğer çalışanlar gibi işyeri düzenine ve kurallarına bağlı olmak zorundadırlar. En az asgari ücretin 1/3’ü kadar bir düzeyde ücret hakkı elde etmektedirler. Bu ücret işveren tarafından daha da artırılabilir. İşbaşı eğitiminden istenilen faydanın sağlanması, işgücü piyasalarında iyi yetişmiş nitelikli elemanların olması için üniversite ve sanayi işbirliği bağlamında işverenin

ve denetmen akademisyenin işbirliği içinde olması, öğrencilerin sık aralıklarla denetlenmesi gerekmektedir (Akşit vd.,2016:1100; Arpat vd.,2017:79).

3. STAJ UYGULAMALARININ İLGİLİ TARAFLARA YARARLARI

Üniversitelerin ilk kuruluş aşamalarında görevleri, öğretim faaliyetlerinde yoğunlukla teorik bilgi öğretmeye odaklı bir müfredat uygulamaktı. Ancak günümüzde hitap ettiği sektörde yer alan diğer paydaşlar ile birlikte mezun olacak öğrencilerine iş imkanları yaratmak ve ülkenin kalkınma faaliyetlerine katkıda bulunmak da üniversitelerin amaçları haline gelmiştir (Cengiz 2014).

Staj uygulamaları, öğrencilerin ilk çalışma deneyimlerini ifade etmekle beraber, öğrencilere birçok fayda sunmaktadır. Öğrencilerin müfredat dâhilinde işletmelerde yapmış oldukları staj faaliyetleri, geçmiş bilgilerini güncellemeleri açısından da önemli bir olgudur(Dolmacı ve Duran,2017:257).Yapılan araştırmalar, öğrencilerin bölümleriyle ilgili bir sektörde çalışıp çalışmama kararını staj uygulamaları esnasında verdiğini göstermektedir (Taşkın, 2006:90).

Staj öğrencilere, “yaparak öğrenme” deneyimini kazandırmakla birlikte teorik bilgi ve pratik uygulamalar arasında bir bağ kurmalarını sağlamaktadır. Kişisel ve sosyal etki olgusunu oluşturarak; öğrencilerin iş disiplinini, iş yerindeki sorumluluklarını, iş yeri ilişkilerini gözlemleyerek uygulamaya geçirmesi adına önem ifade etmektedir (Alpert vd., 2009:37).

İşbaşı eğitimi öğrencinin; çalışanlara, sektöre, işe ve işyerine uyumunu sağlamaktadır. Ayrıca öğrencilerin ne istediklerinin farkında olmalarını sağlamakta ve değişimlere karşı adaptasyon kabiliyetlerini arttırmaktadır. Öğrencilerin hayalindeki iş ile gerçek yaşamdaki çalışma edimi arasında kıyas yapabilmesine olanak tanımaktadır (Akşit vd.,2016:1100) Staj programları derslerde geçen konuların ve verilen örneklerin öğrencinin daha kolay bir şekilde zihninde somutlaşmasını sağlamaktadır. Öğrenciye yorumlama ve değerlendirme yeteneği kazandırmaktadır (Collins 2002: 93).

Staj uygulamaları üniversitelerin öğrencilere tanıtımlarında önemli bir rol oynayarak toplumda olumlu etki yaratmayı ve tercih edilebilir olmayı sağlamaktadır. Üniversiteler staj programları sayesinde sanayi ve kamu kurumları ile ilişkilerini geliştirerek farklı işbirliği imkânları oluşturabilmektedir. Üniversitelerin araştırma ve diğer faaliyetleri için ihtiyaç duyduğu finansman ve diğer kaynaklar bu işbirliği sayesinde daha kolay bulunabilmektedir.

Akademisyenler ise bu aktörlerin öğrencilerden nasıl bir beklenti içinde olduklarını öğrenerek, öğrencilerine kariyer hayatlarını belirlemelerinde daha etkili danışmanlık hizmeti verebilmektedirler(Çaylan vd.,2016:245).

İşletmeler ve işverenler stajı işe alım öncesi gerçekleştirilen deneme süreci olarak değerlendirmektedirler. İstihdam edilen stajyerler, staj eğitimi almayanlara göre daha az eğitime ve daha az uyum zamanına ihtiyaç duymaktadırlar(Alpert vd., 2009:37). Staj geçmişi olan mezunların daha çabuk öğrenmesi işletmelere bazı maddi kazanımlar sunmaktadır. Bazı küçük işletmeler, finansman yetersizlikleri sebebiyle stajyerler olmadan çalışmamakta, stajyerleri “ucuz iş gücü kaynağı” olarak görmektedirler (Collins, 2002: 93). Staj programları ile işletmeler farklı düşünebilen, yenilikçi ve girişimci gençlere ulaşmakta ve mevsimsel işgücü ihtiyaçlarını kısa dönemli olarak karşılayabilmektedirler(Alpert vd., 2009:37). Ayrıca staj programları işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirmelerine ve piyasa ve toplumdaki imajına olumlu katkılar sunmaktadır.

Sarıbıyık yapmış olduğu çalışmasında (Sarıbıyık 2013) , öğrenciler ve işverenler için iş başı eğitiminin faydalarını şöyle özetlemiştir: Öğrenciler açısından, özgüvenin artması, sorumluluk duygusu ve çalışma alışkanlıkları geliştirmek, takım çalışması yapabilme yeteneğini geliştirmek, iş yerlerinde kullanılmakta olan teknolojiyi tanımak, kendini tanıyarak ve yeteneklerinin farkına varmak, ortaya çıkan önemli kazanımlardır. Bununla birlikte işverenler açısından da nitelikli eleman konusunda alt yapılarını oluşturmaları kolaylaşacak, İşe almayı planladıkları elemanı kısa sürede tanıma fırsatı bulacak ve çalışanların işe başlangıç eğitim yükünden kurtulacaktır. Ayrıca bu iş birliği sayesinde eğitim programları iş dünyasının gereksinimlerine göre güncellenecektir. Tüm bu pozitif gelişmeler hiç kuşkusuz istihdam artışı, ekonomik kalkınma ve ekonomik bağımsız bireyler sayesinde daha mutlu bir toplum için katkı sağlayacaktır.

4.LİTERATÜR TARAMASI

Türkseven (2012), turizm eğitimi alan öğrencilerin staj dönemindeki memnuniyetsizliklerinin belirlenmesi amacıyla Balıkesir’de 163 öğrenci üzerinde araştırma gerçekleştirmiştir. Öğrencilerin birçoğunun staj yerini kendisinin ve yakınlarının bulduğu gözlenmiştir. Bunun yanı sıra işletmeler tarafından stajyer öğrencilerin ucuz işgücü olarak görüldüğü, ancak yaşanan sorunlara rağmen öğrencilerin staja bakışlarının olumlu sonucu tespit edilmiştir.

Olçay vd.(2015), “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Staj Eğitimi Hakkında Görüşleri: Gaziantep İli Örneği” adlı çalışmalarında Gaziantep Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümüne kayıtlı 126 öğrenciye staj eğitimine yönelik düşüncelerini belirlemek ve bu düşüncelerle cinsiyet ve staj gördükleri işletme türü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla anket uygulanmıştır. Öğrencilerin staj eğitimine yönelik düşüncelerine dair genel olarak kararsız oldukları ve öğrencilerin staj eğitimine yönelik düşünceleri ile cinsiyetleri ve staj yaptıkları işletme türü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Hocaoğlu vd.(2015),” Sektörün Lojistik Eğitimi Veren Üniversitelerden Beklentilerinin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Çalışma” adlı yayınlarında; lojistik işletmelerinde görev yapan 8 orta ve üst kademe yöneticilere 12 soruluk bir mülakat yapılmıştır. Lojistik eğitimi veren üniversiteler ile lojistik sektörde faaliyet gösteren şirketler arasındaki işbirliğinin çok kısıtlı olduğu ve bu işbirliğinin staj, iş imkânları ve seminerlerden öteye gidemediği görülmektedir. Diğer bir önemli bulgu, her ne kadar lojistik bölümlerinden mezun olmuş öğrencilerin diğer bölümlerden mezun olan öğrencilere göre sektör dinamiklerini daha iyi analiz edebildiklerine dair genel bir görüş varsa da, işe alımlarda lojistik bölümü mezunlarının diğer bölüm mezunlarına karşı bir önceliği bulunmadığıdır. Bu durum, lojistik bölümü öğrencilerini diğer bölüm öğrencileri karşısında dezavantajlı bir duruma getirmektedir.

Tektaş vd (2016)” Ön Lisans Öğrencilerinin Staj Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Marmara Üniversitesi Örneği “ adlı yayınlarında; 2015-2016 Eğitim-Öğretim yılında, Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu’nun, Giyim Üretim Teknolojisi, Elektronik Teknolojisi ile Elektrik programlarında öğrenim gören toplam 235 öğrencinin staj süresince karşılaştıkları durumlar analiz edilmeye çalışılmış ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada, öğrencilerin staj esnasında koordinatör öğretim elemanı ile daha sık görüşmesi, staj eğitimi öncesi hem okul hem de iş yeri tarafından bilgilendirme toplantılarının yapılması önerilmiştir.

Akşit, vd.(2016) “Bir İşveren-Öğrenci Buluşması Modeli – Meslek Yüksekokullarında İşbaşı Eğitimi Programında Öğrenci Algılarının Belirlenmesi: Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği” adlı yayınlarında Honaz Meslek Yüksekokulu’nda eğitim gören ve staj yapan 108 öğrenciye anket uygulanmıştır. Çalışmada öğrencilerin işyerlerindeki mesleki becerilerini geliştirme düzeyleri ve uyumları değerlendirilmiş, işveren-öğrenci buluşması modelin iyileştirilmesi gerekliliği anlatılmış, staj yapan öğrencilerin daha nitelikli hale geldikleri ortaya konulmuştur.

Çaylan vd. (2016),” Öğrencilerin Staj Programları İle İşe Alım Süreci: Denizcilik Sektöründe “Rotamız Arkas Projesi” Örnek Olay İncelemesi” adlı çalışmalarında, bir örnek olay ele alınmıştır. 30 Genç Aday, Arkas Holding de çalışmaya başlamışlardır. Rotamız Arkas Projesi, insan kaynakları yetiştirmenin önemini ortaya koymakta ve staj programları ile eğitilmiş ve deneyimli insan kaynaklarına daha kolay ulaşabileceğini göstermektedir.

Yücekaya vd.(2016),” Lojistik Bölümü Öğrencilerinin Staj Yeri Seçiminin Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) Yardımıyla Tespit Edilmesi” adlı çalışmalarında, lojistik öğrencilerinin staj yeri seçim problemini ele almışlardır. Problemi 5 farklı kriter üzerinden AHP ile değerlendirmişlerdir. 412 anket üzerinden değerlendirilen çalışmada, öğrenciler için en uygun staj yerinin sırasıyla atık yönetimi ve geri dönüşüm firmaları, taşımacılık firmaları, depolama hizmeti veren firmalar, kurum ve işletmelerin lojistik de dış ticaret departmanları, lojistik üsler ve gümrük firmaları olduğu belirlenmiştir.

Dolmacı ve Duran (2017) “Ön Lisans Düzeyinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Zorunlu Staj Uygulamasına İlişkin Görüşleri, Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Isparta Meslek Yüksekokulu Örneği” adlı yayınlarında Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu programlarında öğrenim gören ve 2015-2016 akademik yılı yaz döneminde zorunlu stajını yapmış 350 öğrenci anket çalışmasına katılmıştır. Zorunlu olarak yapılan staja ilişkin uygulama sorunlarının olmasına rağmen, öğrencilerin çoğunluğunun işleyiş ve sonuçları itibarıyla staj programının gerekli olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Pekşen (2017),” Denizcilik Eğitimi Veren Ön lisans Programlarına 3+1 Eğitim Modelinin Uygulanması” adlı yayınında Yalova Üniversitesi Yalova Meslek Yüksekokulu’na bağlı 12 bölümde Sakarya Üniversitesi’nden örnek alınan 3+1 eğitim sistemi 2016-2017 eğitim öğretim dönemi itibarıyla uygulanmaya başlandığı, SWOT analizi tekniği ile Deniz Ulaştırma ve İşletme, Deniz ve Liman İşletmeciliği, Yat İşletme ve Yönetimi programları için güçlü ve zayıf yönlerin ele alınarak fırsatların ve tehditlerin analiz edildiğinden bahsedilmiştir. 3+1 sistemde öğrenciye uygun seçilmiş kurumlarda stajın faydalarını maksimum düzeyde arttırdığı, gemi adamı olarak çalışmak istemeyen kariyerini karada devam ettirmek isteyen öğrenciler açısından fayda sağlayacağı tespit edilmiştir.

Jung, J. ve Lee, S. J. (2017), çalışmalarında 2005 yılında liseden mezun olan 1,184 katılımcı arasından, 961 katılımcıdan elde edilen veriler kullanılarak; Kore'deki üniversite mezunlarının staj deneyimlerinin iş

performansı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Staj deneyiminin, iş arama süresi ve ücretlerini etkileyip etkilemediği, sorgulanmıştır. Sonuçlar staj deneyiminin iş performansını artırdığını, iş bulma süresini kısalttığını ve kazanılan ücretlerin de tatminkâr olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Tuna vd. (2017),” Turizm Öğrenimi Gören Öğrencilerin Sektör Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışmaya Yönelik Tutumları: Meslek Yüksekokulu, Yüksekokul ve Fakülte Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmalarında, turizm eğitim kurumları öğrencileri içerisinde 679 öğrenciye anket uygulanmıştır. Kişiliği ile çalıştığı sektör arasında bir uyum olan, iş yerinde yetki devri-motivasyon uygulamalarına ilişkin olumlu algıya sahip, yöneticileri ve iş arkadaşları ile iyi ilişki içerisinde olan öğrenciler sektörde çalışmaya yönelik olumlu algıya sahipken; iş yerindeki çalışma koşullarını (çalışma saatlerinin uzun ve düzensiz olması gibi) iyi analiz edemeyen öğrencilerin sektörde çalışmaya yönelik negatif bir algıya sahip oldukları tespit edilmiştir.

Türk vd. (2017)” Sosyal ve Teknik Program Öğrencilerinin 3+1 Mesleki Eğitim Uygulama Sonrası Beklentilerinin Karşılanması” adlı çalışmalarında, Sakarya Üniversitesinin uyguladığı 3+1 iş başı eğitim model uygulamasının sonucunda uygulamaya giden sosyal programlar ile teknik programlarda okuyan öğrencilerin modelin işleyişi ve uygulama sonrasında beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığını ve beklentiler arasında fark olup olmadığını tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmanın sonucunda, sosyal program öğrencilerin uygulama süreç ve katkıları ile ilgili memnuniyeti teknik programlara göre daha fazla olmasına rağmen kariyer planlamaları açısından her iki gruptaki öğrencide uygulamanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Teknik programlarda okuyan öğrencilerin %100’ ü uygulama sürecini kariyer fırsatı olarak algılamak, sosyal programlarda ki öğrencilerin ise %94’ünün bu süreci kariyer adımı olarak gördüğü tespit edilmiştir.

5. LOJİSTİK ÖĞRENCİLERİNİN İŞ BAŞI EĞİTİMİNDEN TATMİN DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın amacı, yöntemi, verilerin analizi ve bulgular hakkında bilgiler verilecektir.

5.1.Araştırmanın Amacı

İş başı eğitimi, teorik bilginin pekiştirilmesi ve uygulama bilgisi ile birleştirilmesi, öğrencilerin iş hayatını ve sektör uygulamalarını tanımaları, işe yerleştirme süreçlerinde oryantasyon sürecinin kısaltılması, daha hızlı işe yerleştirme ve üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanması gibi pek çok faydalarından dolayı son yıllarda bir çok üniversitede 3+1 ve 7+1 şeklinde eğitim müfredatlarına alınmaya başlanmıştır. Necmettin Erbakan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Ulaştırma ve Lojistik Bölümü de müfredatını 2017-2018 yılından beri 7+1 olarak uygulamaktadır. Öğrenciler 8. dönemde haftada 4 gün sektörde çalışmakta 1 günde okulda derse devam etmektedir. Danışman hocalar öğrencileri iki defa iş yerinde ziyaret etmekte, eğitimin durumu ile ilgili hem öğrenci hem de iş yeri yetkilileri ile görüş alışverişinde bulunmaktadır. Diğer taraftan özellikle Anadolu şehirlerinde üçüncü parti lojistik şirketlerinin sayısının az olması, tüm öğrencilerin aynı anda 3. parti lojistik şirketlerinde staj yapmalarını imkânsız hale getirmektedir.

Literatür taramasından da anlaşıldığı üzere lojistik bölümleri ile ilgili staj ve iş başı eğitimi ile ilgili çalışmalar yeterli düzeyde değildir. Diğer taraftan 3. parti lojistik işletmelerinin her bölgede yeterli sayıda olmaması öğrencilerin lojistik faaliyet icra eden diğer işletmelerde iş başı eğitimi yapmasını zorunlu hale getirmektedir. Lojistik işletmeleri yerine lojistik faaliyet icra eden diğer işletmelerde iş başı eğitiminin yapılması durumunda bu eğitimin beklenen faydayı sağlayıp sağlamadığının araştırılması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik bölümünde işbaşı eğitimi alan öğrencilerin eğitim öncesi eğitimden beklenti düzeyleri ile eğitim sonrası bu beklentilerin karşılanma düzeyleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olup olmadığının ve iş başı eğitimini 3. parti lojistik şirketlerde ve lojistik faaliyet icra eden diğer şirketlerde alan öğrencilerin eğitimden tatmin düzeylerinin arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının belirlenmesidir.

5.2.Araştırmanın Yöntemi

Lojistik öğrencilerin iş başı eğitiminden tatmin düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmanın ana kütesini Necmettin Erbakan Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Bölümünde iş başı eğitimi alan 4. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. 2018-2019 eğitim öğretim yılında bölümde işbaşı eğitimi alan 88 öğrenci bulunmaktadır. Öğrencilere, iş başı eğitimine başlamadan önce beklenti düzeylerini belirlemek için ilk anket, iş başı eğitimini bitirdikten sonra beklentilerin ne ölçüde karşılandığını ölçmek için son anket uygulanmıştır. Öğrencilerin cevapladıkları ilk ve son anketleri eşleştirmek için öğrencilerden takma isim kullanması istenmiştir. Öğrenciler, formülaz, papatya, lojisticsyen, kareli gömlek, mavi hayaller, büyük İskender,

lojistik61, gelsenkirchen, vulpecula gibi takma isimler vermişlerdir. Her iki anketi de cevaplayan 17 öğrencinin takma isimleri eşleşmediği için kapsam dışı tutulmuştur. Uygulanan 88 anketten 71'i değerlendirmeye alınmıştır.

İlk ve son ankette yer alan soruların bir kısmı üniversitelerin staj memnuniyet anketlerinden derlenmiş, bir kısmı da öğrencilerin ve lojistik sektörünün beklentileri göz önüne alınarak geliştirilmiştir. Anket formları, işbaşı eğitiminin öğrenciye sağlayacağı kazanımlar ile ilgili ifadeler, işbaşı eğitim şirketinin öğrenciye sağlayacağı olanaklar ile ilgili ifadeler, işbaşı eğitimi yapılan şirketten beklentiler ile ilgili ifadeler ve öğrencinin kendini değerlendirmesi ile ilgili ifadeler olmak üzere toplamda 4 bölüm ve 29 sorudan oluşmaktadır. Öğrencilerin, işbaşı eğitiminin öğrenciye sağlayacağı kazanımlar boyutundan(A) alabileceği en yüksek puan 70,00 (14x5), en düşük puan 14,00 (14x1)'tür. İşbaşı eğitim şirketinin öğrenciye sağlayacağı olanaklar boyutunda(B) alınabilecek en yüksek puan 15,00 (3x5), en düşük puan 3,00 (3x1)'dir. İşbaşı eğitimi yapılan şirketten beklentiler boyutunda(C) alınabilecek en yüksek puan 30,00 (6x5), en düşük puan 6,00 (6x1)'dir. Öğrencinin kendini değerlendirmesi boyutunda alınabilecek en yüksek puan 30,00 (6x5), en düşük puan 6,00 (6x1)'dir. Farklı kaynaklardan yararlanarak derlenen anketin güvenilirliğinin ölçülmesi amacıyla alfa katsayısı (Cronbach Alpha) kullanılmıştır. Alfa katsayısının güvenilirlik düzeyi Kalaycı(2006)'nın çalışmasında belirttiği aralıklara göre değerlendirilmiştir.

Tablo 1: Anketteki Boyutların Güvenilirlik Düzeyleri

| Değişkenler | Cronbach Alfa Katsayısı | Güvenilirlik Düzeyi |
|---|-------------------------|----------------------------------|
| İşbaşı Eğitiminin Öğrenciye Sağlayacağı Kazanımlar Boyutu (A) | 0,893 | Yüksek derecede güvenilir |
| İşbaşı Eğitim Şirketinin Öğrenciye Sağlayacağı Olanaklar Boyutu (B) | 0,738 | Oldukça Güvenilir |
| İşbaşı Eğitimi Yapılan Şirketten Beklentiler Boyutu (C) | 0,861 | Yüksek derecede güvenilir |
| Öğrencinin Kendini Değerlendirmesi Boyutu (D) | 0,859 | Yüksek derecede güvenilir |
| Tüm Ölçek | 0,897 | Yüksek derecede güvenilir |

Tablo 1'de görüldüğü üzere tüm ölçeğin 0,897 katsayı değeriyle yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir.

5.3.Verilerin Analizi

Araştırma verilerini analiz etmek için SPSS programı kullanılmıştır. Nitel veriler frekans ve yüzde, nicel veriler ortalama±standart sapma olarak sunulmuştur. İşbaşı eğitimi alan öğrencilerin eğitim öncesi eğitimden beklenti düzeyleri ile eğitim sonrası bu beklentilerin gerçekleşme düzeylerini karşılaştırmada **bağımlı örneklem için t testi** ve işbaşı eğitimini 3. parti lojistik şirketlerde ve lojistik faaliyet icra eden diğer şirketlerde alan öğrencilerin eğitimden tatmin düzeylerini karşılaştırmada **bağımsız örneklem için t testi** kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık düzeyi olarak $p < 0,05$ kabul edilmiştir.

5.4.Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmeler

Araştırmadan elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları

| Cinsiyet | Öğrenci Sayısı (n) | Oran (%) |
|---------------|--------------------|------------|
| Kadın | 28 | 39,4 |
| Erkek | 43 | 60,6 |
| Toplam | 71 | 100 |

Ankete katılanların %39,4'ü kadın, %60,6'sı erkektir.

Tablo 3: İşbaşı Eğitimi Yapılan Firmayı Bulma Yöntemi

| | Öğrenci Sayısı (n) | Oran (%) |
|----------------------|--------------------|------------|
| Kendim Buldum | 33 | 46,5 |
| Okul Buldu | 38 | 53,5 |
| Toplam | 71 | 100 |

Ankete katılanların %46,5 işyeri eğitimi yapacağı şirketi kendisi bulmuş, %53,5'i bölüm tarafından şirketlere yerleştirilmiştir.

Tablo 4: İşbaşı Eğitimi Yapılan Firmaların Sahiplik Durumu

| | Öğrenci Sayısı (n) | Oran (%) |
|--------------------|--------------------|------------|
| Kamu | 4 | 5,6 |
| Özel Sektör | 67 | 94,4 |
| Toplam | 71 | 100 |

Ankete katılanların %5,6'sı kamuda, %94,4'ü özel sektörde iş başı eğitimi yapmıştır.

Tablo 5: İşbaşı Eğitimi Yapılan Firmaların Faaliyet Gösterdiği Sektörler

| | Öğrenci Sayısı (n) | Oran (%) |
|-----------------|--------------------|------------|
| Lojistik | 36 | 50,7 |
| Diğer | 35 | 49,3 |
| Toplam | 71 | 100 |

Ankete katılanların %50,7'si 3. parti lojistik şirketlerinde staj yapmış, %49,3'ü lojistik faaliyetler icra eden şirketlerde iş başı eğitimi almıştır.

Tablo 6: İşbaşı Eğitimi Yapılan Firma Büyüklükleri

| | Öğrenci Sayısı (n) | Oran (%) |
|---------------|--------------------|------------|
| Küçük | 8 | 11,3 |
| Orta | 34 | 47,9 |
| Büyük | 29 | 40,8 |
| Toplam | 71 | 100 |

Öğrencilerin %11,3'ü küçük ölçekli, %47,9'u orta ölçekli ve %40,8'i büyük ölçekli şirketlerde iş başı eğitimini almıştır.

Tablo 7: İşbaşı Eğitimi Yapılan İller

| | Öğrenci Sayısı (n) | Oran (%) |
|---------------|--------------------|------------|
| Konya | 63 | 88,7 |
| Kocaeli | 2 | 4,2 |
| İstanbul | 2 | 2,8 |
| İzmir | 1 | 1,4 |
| Samsun | 1 | 1,4 |
| Şanlıurfa | 1 | 1,4 |
| Toplam | 71 | 100 |

Öğrencilerin %88,7'si Konya'da, %4,2'si Kocaeli'de %2,8'i İstanbul'da ve diğerleri İzmir, Samsun ve Şanlıurfa illerinde iş başı eğitimini yapmışlardır.

Ankete katılan tüm öğrencilerin ilk anket ve son anket karşılaştırması tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8: Tüm Öğrencilerin İlk Anket ve Son Anket Ortalama Değerlerinin Karşılaştırması

| <i>1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum</i> | | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|----------|
| A. İşbaşı Eğitiminin öğrenciye kazandıracakları ile ilgili ifadeler (İlk Anket / Son Anket) | İlk Anket Ort.±Std.Sp. | Son Anket Ort.±Std.Sp. | p |
| 1. Lojistik faaliyetleri tanımam konusunda bana yardımcı olacağını düşünüyorum. / <u>Lojistik faaliyetleri tanımam konusunda bana yardımcı oldu.</u> | 3,82 ±1,004 | 3,72 ±1,256 | 0,481 |
| 2. İş hayatında hangi pozisyonlarda çalışılabileceğim konusunda fikir edineceğimi düşünüyorum. / <u>İş hayatında hangi pozisyonlarda çalışılabileceğim konusunda fikir edindim.</u> | 3,94 ±0,984 | 3,85 ±1,129 | 0,525 |
| 3. İş hayatında hangi şartlar altında çalışılabileceğim hakkında fikir edineceğimi düşünüyorum. / <u>İş hayatında hangi şartlar altında çalışılabileceğim hakkında fikir edindim.</u> | 4,10 ±0,796 | 4,15 ±0,920 | 0,692 |
| 4. Lojistik ile ilgili hangi uzmanlık alanında çalışmak istediğime karar vermemde yardımcı olacağını düşünüyorum. / <u>Lojistik ile ilgili hangi uzmanlık alanında çalışmak istediğime karar vermemde yardımcı oldu.</u> | 3,79 ±1,054 | 3,68 ±1,193 | 0,512 |
| 5. Bana iyi bir iş deneyimi kazandıracığını düşünüyorum. / <u>Bana iyi bir iş deneyimi kazandırdı.</u> | 4,20 ±0,872 | 3,99 ±1,347 | 0,212 |
| 6. Derslerde öğrendiğim teorik bilgilerin pekiştirilmesinde yardımcı olacağını düşünüyorum. / <u>Derslerde öğrendiğim teorik bilgilerin pekiştirilmesinde yardımcı oldu.</u> | 3,46 ±1,144 | 3,52 ±1,329 | 0,754 |
| 7. Verilen görevi yerine getirme hususunda kendimi geliştirmeme yardımcı olacağını düşünüyorum. / <u>Verilen görevi yerine getirme hususunda kendimi geliştirmeme yardımcı oldu.</u> | 4,18 ±0,990 | 4,07 ±1,073 | 0,515 |
| 8. Yazılı ve sözlü iletişim yeteneklerimi geliştirmem hususunda yardımcı olacağını düşünüyorum. / <u>Yazılı ve sözlü iletişim yeteneklerimi geliştirmem hususunda yardımcı oldu.</u> | 4,10 ±0,958 | 4,04 ±1,127 | 0,703 |
| 9. Kendimi geliştirmem gereken alanların tespiti konusunda etkili bir deneyim olacağını düşünüyorum. / <u>Kendimi geliştirmem gereken alanların tespiti konusunda etkili bir deneyim oldu.</u> | 4,08 ±0,788 | 4,06 ±1,145 | 0,862 |
| 10. Takım çalışmasına uyum yeteneği kazandıracığını düşünüyorum. / <u>Takım çalışmasına uyum yeteneği kazandırdığını düşünüyorum.</u> | 4,23 ±0,974 | 4,20 ±0,935 | 0,853 |
| 11. Mesleki ve iş güvenliği kurallarına uygun davranma bilinci kazandıracığını düşünüyorum. / <u>Mesleki ve iş güvenliği kurallarına uygun davranma bilinci kazandırdı.</u> | 4,28 ±0,831 | 4,03 ±1,095 | 0,112 |
| 12. Lojistik faaliyetlere dönük analiz yapma ve problem çözme konusunda tecrübe kazandıracığını düşünüyorum. / <u>Lojistik faaliyetlere dönük analiz yapma ve problem çözme konusunda tecrübe kazandırdı.</u> | 3,68 ±0,968 | 3,55 ±1,381 | 0,421 |
| 13. İş yeri çalışanlarından lojistik faaliyetlere ilişkin pratik uygulama konusunda bilgi edineceğimi düşünüyorum. / <u>İş yeri çalışanlarından lojistik faaliyetlere ilişkin pratik uygulama konusunda bilgi edindim.</u> | 3,70 ±1,020 | 3,62 ±1,335 | 0,581 |

| | | | |
|--|----------------------------------|----------------------------------|--------------|
| 14. İşbaşı eğitimi sürecinde çalışanlarla iyi ilişkiler kuracağımı düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi sürecinde çalışanlarla iyi ilişkiler kurdum.</i> | 4,44 ±0,691 | 4,51 ±0,754 | 0,519 |
| <i>1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum,3=Kararsızım,4=Katılıyorum,5=Tamamen Katılıyorum</i> | | | |
| B. İşbaşı Eğitim yerinin öğrenciye sağlayacağı olanaklar ile ilgili ifadeler (İlk Anket / Son Anket) | İlk Anket Ort.±Std.Sp. | Son Anket Ort.±Std.Sp. | p |
| 1. Firmanın ulaşım (servis) hizmetlerinden yararlanacağımı düşünüyorum. / <i>Firmanın ulaşım (servis) hizmetlerinden yararlandım.</i> | 4,03 ±1,473 | 4,20 ±1,390 | 0,414 |
| 2. Firmanın yiyecek içecek imkânlarından(öğlen yemeği, çay vb...) yararlanacağımı düşünüyorum. / <i>Firmanın yiyecek içecek imkânlarından(öğlen yemeği, çay vb...) yararlandım.</i> | 4,56 ±0,952 | 4,52 ±1,157 | 0,713 |
| 3. Firmanın işbaşı eğitimi boyunca ücret ödeyeceğini düşünüyorum. / <i>Firma işbaşı eğitimi boyunca ücret ödedi.</i> | 3,97 ±1,454 | 4,30 ±1,398 | 0,056 |
| <i>1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum,3=Kararsızım,4=Katılıyorum,5=Tamamen Katılıyorum</i> | | | |
| C. İşbaşı Eğitimi yapılan kurum ile ilgili ifadeler (İlk Anket / Son Anket) | İlk Anket Ort.±Std.Sp. | Son Anket Ort.±Std.Sp. | p |
| 1. İşbaşı eğitimi yapacağım firmanın beni lojistik faaliyetlerle ilişkili bir departmanda staj yaptıracağını düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi yaptığım firma bana lojistik faaliyetlerle ilişkili bir departmanda staj yaptırdı.</i> | 3,80 ±1,166 | 3,70 ±1,346 | 0,551 |
| 2. İşbaşı eğitimi yapacağım firmanın beklentilerimi karşılayacağını düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi yaptığım firmanın beklentilerimi karşıladığını düşünüyorum.</i> | 3,62 ±1,087 | 3,68 ±1,329 | 0,770 |
| 3. İşbaşı eğitimi yapacağım firmaya katkı sağlayacağımı düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi yaptığım firmaya katkı sağladığımı düşünüyorum.</i> | 4,06 ±0,939 | 4,14 ±1,060 | 0,571 |
| 4. İşbaşı eğitimi yapacağım firmanın bana iş teklifinde bulunacağını düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi yaptığım firma bana iş teklifinde bulundu.</i> | 3,62 ±1,100 | 2,90 ±1,631 | 0,001 |
| 5. İşbaşı eğitimi yapacağım firmanın bana iş bulmamda yardımcı olacağını düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi yaptığım firma bana iş bulmamda yardımcı olacağını söyledi.</i> | 3,76 ±1,165 | 3,31 ±1,517 | 0,024 |
| 6. İşbaşı eğitimi yapacağım firmanın bana referans olacağını düşünüyorum. / <i>İşbaşı eğitimi yapacağım firma bana referans olacağını söyledi.</i> | 4,10 ±1,058 | 3,62 ±1,487 | 0,009 |
| <i>1=Çok Az, 2=Az,3=Orta,4=İyi,5=Çok İyi</i> | | | |
| D. Kendinizi değerlendiriniz (İlk Anket / Son Anket) | İlk Anket Ort.±Std.Sp. | Son Anket Ort.±Std.Sp. | p |
| 1. İş başı eğitimi öncesi, lojistik faaliyetler ile ilgili temel bilgi seviyenizi değerlendiriniz. / <i>İş başı eğitimi sonrası, lojistik faaliyetler ile ilgili temel bilgi seviyenizi değerlendiriniz.</i> | 3,52 ±0,772 | 3,54 ±1,169 | 0,930 |
| 2. İş başı eğitimi öncesi, lojistik faaliyetler ile ilgili beceri seviyenizi değerlendiriniz. / <i>İş başı eğitimi sonrası, lojistik faaliyetler ile ilgili beceri seviyenizi değerlendiriniz.</i> | 3,45 ±0,842 | 3,62 ±1,138 | 0,296 |
| 3. İş başı eğitimi öncesi, yabancı dil <i>okuma</i> seviyenizi değerlendiriniz / <i>İş başı eğitimi sonrası, yabancı dil okuma seviyenizi değerlendiriniz</i> | 2,90 ±1,161 | 2,77 ±1,244 | 0,468 |

| | | | |
|--|-------------|-------------|-------|
| 4. İş başı eğitimi öncesi, yabancı dil <i>yazma</i> seviyenizi değerlendiriniz. / <i>İş başı eğitimi sonrası, yabancı dil yazma seviyenizi değerlendiriniz</i> | 2,80 ±1,116 | 2,76 ±1,236 | 0,787 |
| 5. İş başı eğitimi öncesi, yabancı dil <i>konuşma</i> seviyenizi değerlendiriniz. / <i>İş başı eğitimi sonrası, yabancı dil konuşma seviyenizi değerlendiriniz</i> | 2,56 ±1,118 | 2,72 ±1,233 | 0,291 |
| 6. İş başı eğitimine adaptasyon seviyenizin ne olabileceğini değerlendiriniz. / <i>İş başı eğitime adaptasyon seviyenizi değerlendiriniz</i> | 4,24 ±0,783 | 3,97 ±1,134 | 0,071 |

Tablo 8’de İşbaşı eğitimi yapılan kurum ile ilgili ifadeler (C) ölçeğinde verilen cevaplar incelendiğinde, iş yerinin iş teklifinde bulunması ($p<0,001$), iş konusunda yardımcı olması ($p<0,024$), referans olması ($p<0,009$) ile ilgili ifadeler ilk anket ortalama puanlarının son anket ortalama puanlarından istatistiksel anlamlı olarak daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların iş başı eğitimi yaptıkları yere göre ilk anket ve son anket karşılaştırmaları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: İşbaşı Eğitimi Yapılan Yere Göre İlk Anket Son Anket Ortalama Değerleri Karşılaştırması

| | Lojistik (N=36) | | | Diğer (N=35) | | |
|-----------|---------------------------|---------------------------|-------|---------------------------|---------------------------|-------|
| | İlk Anket Ort.±Std.Sp. | Son Anket Ort.±Std.Sp. | p | İlk Anket Ort.±Std.Sp. | Son Anket Ort.±Std.Sp. | p |
| (A) puanı | 59,36 ±7,27 | 58,33 ±10,58 | 0,567 | 52,54 ±8,42 | 51,51 ±12,99 | 0,674 |
| (B) puanı | 12,33 ±3,41 | 12,86 ±3,31 | 0,357 | 12,80 ±2,98 | 13,17 ±3,41 | 0,425 |
| (C) puanı | 24,08 ±4,82 | 22,47 ±5,12 | 0,077 | 21,80 ±5,01 | 20,20 ±7,41 | 0,255 |
| (D) puanı | 19,22 ±4,79 | 19,83 ±4,76 | 0,466 | 19,74 ±4,23 | 18,91 ±5,78 | 0,447 |

Katılımcıların iş başı eğitimi yaptıkları şirkete göre ilk anket ve son anket ortalama değerleri arasında istatistiksel anlamlı olarak bir fark tespit edilememiştir.

Tablo 10’da 3. parti lojistik şirketlerinde iş başı eğitimi yapan öğrenciler ile lojistik faaliyet icra eden diğer şirketlerde iş başı eğitimi yapan öğrencilerin ilk anket ve son anket karşılaştırmaları verilmiştir.

Tablo 10: 3. Parti Lojistik Şirketler ve Lojistik Faaliyet İcra Diğer Şirketlere Göre İlk Anket Son Anket Ortalama Değerleri Karşılaştırması

| | Lojistik (N=36) Ort.±Std.Sp. | Diğer (N=35) Ort.±Std.Sp. | p |
|---------------------|---------------------------------|------------------------------|--------|
| İlk Anket (A) puanı | 59,36 ±7,27 | 52,54 ±8,42 | <0,001 |
| İlk Anket (B) puanı | 12,33 ±3,41 | 12,80 ±2,98 | 0,542 |
| İlk Anket (C) puanı | 24,08 ±4,82 | 21,80 ±5,01 | 0,540 |
| İlk Anket (D) puanı | 19,22 ±4,79 | 19,74 ±4,23 | 0,629 |
| Son Anket (A) puanı | 58,33 ±10,58 | 51,51 ±12,99 | 0,018 |
| Son Anket (B) puanı | 12,86 ±3,31 | 13,17 ±3,41 | 0,699 |
| Son Anket (C) puanı | 22,47 ±5,12 | 20,20 ±7,41 | 0,139 |
| Son Anket (D) puanı | 19,83 ±4,76 | 18,91 ±5,78 | 0,467 |

Öğrencilerin ilk ankette işbaşı eğitiminin öğrenciye kazandıracakları ile ilgili ifadeler verdikleri cevaplar incelendiğinde 3. parti lojistik şirketinde iş başı eğitimi yapan öğrencilerin ortalama puanlarının lojistik faaliyet icra eden diğer şirketlerde yapanlara göre daha yüksek olduğu ($p<0,001$) tespit edilmiştir. Öğrencilerin son ankette işbaşı eğitiminin öğrenciye kazandıracakları ile ilgili ifadeler verdikleri cevaplar incelendiğinde 3 parti lojistik şirketinde iş başı eğitimi yapan öğrencilerin ortalama puanlarının lojistik faaliyet icra eden diğer şirketlerde yapanlara göre daha yüksek olduğu ($p<0,018$) tespit edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Nitelikli iş gücü yetiştirilmesi ve sanayinin ihtiyacı olan insan kaynaklarının sağlanması ülke ekonomileri açısından son derece önemlidir. İş başı eğitimi, üniversitelerde öğretilen teorik bilginin pratik beceriye dönüştürülmesi ve mezun öğrencilerin iş hayatına kolay adapte olabilmesi için birçok fırsat sunmaktadır.

Amacına uygun şekilde gerçekleştirilmiş iş başı eğitimi, öğrencileri daha nitelikli hale getirmekte ve sanayinin ihtiyaç duyduğu insan kaynakları karşılanabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, iş başı eğitimi alan öğrencilerin tatmin düzeylerinin belirlenmesi ve lojistik sektörü ve sektör dışı şirketlerde iş başı eğitimi yapan öğrencilerin tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının araştırılmasıdır. Tüm katılımcıların ilk anket ve son anket karşılaştırması incelendiğinde anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Öğrencilerin işbaşı eğitiminin öğrenciye kazandıracakları ile ilgili beklentileri genel olarak yüksek düzeyde olup gerçekleşen işbaşı eğitimi bu beklentileri karşılayabilmektedir. Öğrencilerin işbaşı eğitim yerinin öğrenciye sağlayacağı olanaklar ile ilgili beklentileri yüksek olup işletmeler bu beklentileri karşılamışlardır. Bu durum işletmelerin öğrencileri işletmenin bir parçası olarak gördüğünü ve sahip oldukları imkânlardan yararlanmalarına fırsat tanıdıklarını göstermektedir. Ancak öğrencilerin iş yerinin iş teklifinde bulunması, iş bulma konusunda yardımcı olması ve referans olması konularındaki beklentilerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun bu konularda pozitif beklentileri olmasına karşın, eğitim sonrası bu beklentilerin bazı iş yerlerince karşılanmadığı görülmektedir. İşbaşı eğitimi öğrencinin bilgi ve tecrübesini artırmasına olanak sağlarken, işe yerleşme ve referans mektubu edinmeyi garanti etmemektedir. Her şirketin istihdam politikası, kuralları ve iş gücünden beklentileri farklılık gösterebilir. Diğer taraftan şirketin mevcut pazar payı, iş hacmi ve iş gören sayısı yeni iş gören istihdam etmeyi gerektirmeyebilir. Şirketin kendi koşullarının yanı sıra öğrencinin bilgi seviyesi yeterli olsa bile, iletişim yeteneği ve kişilik özellikleri de iş teklif edilmesi konusunda değerlendirilmektedir. Bu faktörler göz önüne alındığında tüm katılımcıların işe yerleşme ve referans mektubu edinme beklentilerinin karşılanmamış olması normal olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada öğrencinin kendisini iş yerine ispat etmesi işe yerleşme konusunda önemli görülmektedir. Diğer taraftan kendisine iş teklifinde bulunulan öğrencilerle anket sonrası ikili görüşmeler neticesinde birçok öğrencinin bu teklifleri maalesef kabul etmediği görülmüştür. Bölümdeki müfredat gereği öğrenciler haftanın 4 günü iş başı eğitimi almakta ve 1 günde zorunlu olarak derse gelmektedir. Bu durum öğrencilerin birçoğunun Konya’da staj yapmasını zorunlu kılmaktadır. Öğrenciler Konya’daki iş tekliflerini düşük ücret teklif edilmesi ve aileden uzakta başka bir şehirde çalışmanın ekstra maddi külfetlerini (barınma, yemek vb) gerekçe göstererek kabul etmediklerini ifade etmişlerdir. Çalışmadan elde edilen veriler ışığında bölüm müfredatında değişiklik yapılarak öğrencilerin haftanın 5 günü işbaşı eğitimi almalarına karar verilmiştir. Böylelikle, öğrencilerin kendi memleketlerinde ya da kariyer imkânları olan daha büyük şirketlerde iş başı eğitimi yapmalarına imkân sağlanabilecektir. Bunun amacı, iş başı eğitimi sonrası işe yerleşme oranlarını arttırmaktır. Diğer taraftan denetleme konusunda iş yerlerinin başka şehirlerde olması sebebiyle zorluklar yaşanacağı da aşikârdır. Bu konuda öğrencilerle işbaşı eğitimi esnasında telefon ile görüntülü görüşme yapılarak denetlemenin yapılması planlanmaktadır. Öğrenciler iş başı eğitiminden önce lojistik ile ilgili temel bilgi ve becerilerini orta derece olarak ifade ederken eğitim sonrası iyi derece olarak ifade etmişlerdir. Bu durum iş başı eğitiminin beklendiği gibi amaca uygun şekilde öğrencilerin sahip olduğu lojistik ile ilgili bilgi ve becerilerini artırdığını göstermektedir.

Hem 3. parti lojistik firmasında iş başı eğitimi alan öğrencilerin ilk anket ve son anketleri arasında, hem de lojistik faaliyet icra eden diğer firmalarda iş başı eğitimi alan öğrencilerin ilk anket ve son anketleri arasında istatistiksel anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Diğer taraftan toplam puanlar değerlendirildiğinde 3. parti lojistik firmalarında eğitim alan öğrencilerin diğer firmalarda eğitim alan öğrencilere göre beklentileri daha yüksektir. Ancak her iki öğrenci grubunun da beklentileri karşılanmıştır. Özellikle Anadolu da lojistik firma sayısının az olduğu şehirlerdeki lojistik bölümleri, öğrencilerini lojistik faaliyet icra eden lojistik bölümlerini oluşturmuş, yerleşik depo operasyonları gerçekleştiren, mal akışı belli bir hacmi geçmiş ve lojistik bölüm sorumluları atanmış diğer şirketlere yerleştirerek iş başı eğitiminden beklenen faydayı sağlayabilirler. Bu nokta da beklenen faydanın sağlanabilmesinde Pekşen(2017) çalışmalarında bildirdikleri gibi öğrencilere uygun şirketin seçilebilmesi için doğru kriterlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışma iş başı eğitimi alan Necmettin Erbakan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Ulaştırma ve Lojistik öğrencileri ile sınırlıdır. Konya’da sadece ulaştırma ve lojistik öğrencileri için yapılan bu çalışma, gelecekte örneklem kütlesi genişletilerek diğer üniversite ve illerde iş başı eğitimi yapan lojistik öğrencileri ile veya farklı bölümlerde okuyan öğrenciler ile yapılacak iş başı eğitiminden beklenen faydanın araştırıldığı çalışmalara temel teşkil edebilir.

KAYNAKÇA

- Akşit, A., KALFA, V. R., & ARPAT, B. (2016). Bir İşveren-Öğrenci Buluşması Modeli-Meslek Yüksekokullarında İşbaşı Eğitimi Programında Öğrenci Algılarının Belirlenmesi: Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği. Uluslararası Osmaneli Sosyal Bilimler Kongresi, 12-14.
- Alpert, F., Heaney, J. G., & Kuhn, K. A. L. (2009). Internships in marketing: Goals, structures and assessment-Student, company and academic perspectives. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17(1), 36-45.
- Arpat, B., Kalfa, V. R., Akşit, A., & Çamurdan, B. (2017). Meslek yüksekokullarında nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamada yeni arayışlar: 3+ 1 işbaşı eğitim modeli Honaz Meslek Yüksekokulu örneği. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 8(2), 76-94.
- Barbarash, D. (2016). Knowledge and Skill Competency Values of an Undergraduate University Managed Cooperative Internship Program: A Case Study in Design Education. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*, 17(1), 21-30.
- Cengiz, E. (2014). Üniversite-Sanayi İş Birliği Üzerine Değerlendirmeler, *Yükseköğretim Dergisi*, 4(1): 1-8
- Colloins, A. B. (2002). Research note. Gateway to the real world, industrial training: dilemmas and problems. *Tourism Management*, 23, 93-96.
- Çaylan, D. Ö., Akpınarlı, V., & Deveci, D. A. (2016). Öğrencilerin Staj Programları İle İşe Alım Süreci: Denizcilik Sektöründe" Rotamız Arkas Projesi" Örnek Olay İncelemesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 241-264
- Dolmacı, N., & Duran, Y. (2017). Ön lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin zorunlu staj uygulamasına ilişkin görüşleri, sorunları ve çözüm önerileri: Isparta Meslek Yüksekokulu örneği. 4. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(21), 254-267.
- Hocaoğlu, S., Güner, S., & Coşkun, E. (2015). Sektörün Lojistik Eğitimi Veren Üniversitelerden Beklentilerinin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Çalışma. IV. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, 21-23.
- Jung, J., & Lee, S. J. (2017). Impact of internship on job performance among university graduates in South Korea. *International Journal of Chinese Education*, 5(2), 250-284.
- Karacan, S., & Karacan, E. (2004). Meslek Yüksekokullarında (MYO) yapılan staj uygulamalarına ilişkin bir araştırma: Kalite ve verimlilik için iş yerleri-MYO işbirliğinin gereği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 168-184.
- Karadeniz, O., & Kumaş, H. (2016). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İstihdam Edilebilirliğini Arttırmada Mesleki Uygulamalar Dersi (3+ 1 Programlarının) ile İşkur İşbaşı Eğitim Programlarının Rolü: Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği. UMYOS, 5th International Vocational Schools Symposium, Bosna Hersek, 750-758.
- Olçay, A., Yıldırım, İ., & Sürme, M. (2015). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Staj Eğitimi Hakkında Görüşleri: Gaziantep İli Örneği. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 5(3). 324-334
- Pekşen, D. Y. (2017). Denizcilik Eğitimi Veren Önlisans Programlarına 3+ 1 Eğitim Modelinin Uygulanması. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi*, 1(1), 8-18.
- Sarıbıyık, M. (2013). Meslek Yüksekokullarında Nitelikli İşgücü Yetiştirmek İçin 3+1 Eğitim Modeli. *Academic Platform Journal of Engineering and Science APJES* 1-1 s.39-41
- Taşkın, Makbule (2006). Ortaöğretim Turizm Eğitiminde Staj ve İzmir İli Anadolu Otelcilik Turizm Meslek Liselerinde Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Tektaş, N., Yayla, A., Sarıkaş, A., Polat, Z., Tektaş, M., & Ceviz, N. (2016). Ön Lisans Öğrencilerinin Staj Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Marmara Üniversitesi Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(6), 310-318.
- Tuna M, Akça İ., Tuna A. A., Gürlek M. (2017). Turizm Öğrenimi Gören Öğrencilerin Sektör Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışmaya Yönelik Tutumları: Meslek Yüksekokulu, Yüksekokul ve Fakülte Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 41-60.
- Türk, K., Bakkal, S., Türk, D.(2017). Sosyal ve Teknik Program Öğrencilerinin 3+1 Mesleki Uygulama Sonrası Beklentilerinin Karşılaştırılması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt:9 Sayı: 21(Özel Sayı)Ekim s. 137-147*
- Türkseven, E. (2012). Turizm eğitiminde yaşanan staj sorunları: Lisans öğrencilerinin görüşlerine yönelik bir araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Yeşil, Y. (2015). KOBİ'lerde Eğitim ve Geliştirmenin Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi: Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesi'nde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- Yücekaya, P., Gürol, P., & Kara, K. (2016). Lojistik Bölümü Öğrencilerinin Staj Yeri Seçiminin Analitik Hiyerarşi Prosesi (Ahp) Yardımıyla Tespit Edilmesi. *Journal of Life Economics*, 3(4), 235-254.

Tüketicilerin Moda ve Materyalizm Eğilimlerinin Kompulsif Satın Almaya Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma¹

A Research on Determination of The Effects of Fashion and Materialism Trends of Consumers on Compulsive Buying

Havva ULUSOY*
Aziz ÖZTÜRK**

ÖZ

İşletmeler tüketicilerin istek ve eğilimlerini yakından takip etmeli ve bu alandaki değişimlere hazırlıklı olmalıdır. Özellikle son yıllarda reklam ve sosyal medya kanallarının çoğalması ve çeşitlenmesi tüketici davranışları üzerinde oldukça etkili olmakta ve onların moda ve materyalizme yönelmesine yol açmaktadır. Reklamlarda ve sosyal medya kanallarında sıkça paylaşılan ürünlere yönelik oluşan ilgi tüketicileri onlara ihtiyaç duymasalar bile alım yönünde harekete geçirmektedir. İnternet aracılığıyla bu ürünlere kolayca ulaşabilmenin cezbedici etkisi de buna eklenince kompulsif satın alma davranışlarının giderek yaygınlaştığı düşünülmektedir. Bu varsayımdan hareketle başlatılan bu çalışmanın temel amacı; moda, materyalizm ve kompulsif satın alma kavramları arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek ve tüketicilerin moda ve materyalizm eğilimlerinin; kompulsif satın alma davranışları üzerindeki etkisini incelemektir. Bunun için kolayda örneklem yöntemi kullanılarak Konya ilinde ikamet etmekte olan 402 kişi üzerinde bir anket uygulaması yapılmıştır. Verilerin kodlamasında ve çeşitli istatistiksel analiz yöntemlerinin kullanılmasında SPSS 23.0 paket programından yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda tüketicilerin moda ve materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın alma davranışları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Tüketici Davranışı, Moda, Materyalizm, Kompulsif Satın Alma

ABSTRACT

Businesses should closely follow the wishes and trends of consumers and be prepared for the changes in this area. Especially in recent years, the proliferation and diversification of advertising and social media channels have a significant impact on consumer behavior and lead to fashion and materialism. The interest in products frequently shared in advertisements and social media channels prompts consumers to purchase even if they do not need them. Compulsive buying behaviors are thought to become more widespread when the attractive effect of easily accessing these products via the internet is added. The main purpose of this study, which was started with this assumption; to measure whether there is a relationship between fashion, materialism and compulsive buying and to determine the trend of consumers in fashion and materialism; Compulsive buying behavior. For this purpose, a questionnaire was applied to 402 people living in Konya by using sampling method. SPSS 23.0 package program was used for coding data and using various statistical analysis methods. As a result of the study, it was concluded that the fashion and materialism tendencies of the consumers had an effect on the compulsive buying behaviors.

KEYWORDS

Consumer Behavior, Fashion, Materialism, Compulsive Buying

| <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 03.10.2019 | | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 14.11.2019 | |
|--|--|---|--|
| Atf | Ulusoy, H. ve Öztürk, A. (2019). Tüketicilerin Moda ve Materyalizm Eğilimlerinin Kompulsif Satın Almaya Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 687-703. | | |

¹ Bu çalışma, Havva ULUSOY tarafından Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Dr.Öğr.Üyesi Aziz ÖZTÜRK danışmanlığında yürütülen aynı başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, hulusoy92@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9800-4808

** Dr.Öğr.Üyesi, Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, azizozturk@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1355-6078

GİRİŞ

Bilim ve teknolojideki gelişmelere bağlı olarak üretim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve üretimin kolaylaşması işletmeler tarafından tüketicilere sunulan ürünlerin sayısını ve çeşidini her geçen gün artırmaktadır. İşletmeler arasındaki rekabetin artmasına yol açan bu durum müşteriye daha da değerli kılmakta ve işletmeleri onları etkileyip ürünlerini almaları konusunda gösterdikleri çabayı artırmaya yönelmektedir. Bu doğrultuda sürekli ürün yenilenmesine gidilmekte ve görsel, yazılı ve sosyal medyada daha çok görünüp tüketicilere ulaşmak için her türlü imkan kullanılmaya çalışılmaktadır.

Dijital devrimin sürdüğü ve her geçen gün daha da çarpıcı yenilik ve gelişmelere yol açacağı öngörülmektedir. Böyle bir dönemde yaşanan yoğun rekabet ortamında rakiplerinin gerisinde kalmak istemeyen işletmeler tüketiciden elde edilen faydayı korumak ve daha uzun süre bundan yararlanarak tüketici bağlılığını kazanmak amacıyla yeniliklere yönelmektedir. Değişen teknolojilere ayak uydurabilen ve çevresel eğilimleri dikkate alarak fırsata dönüştürebilen işletmeler fark yaratarak rakiplerine karşı üstünlük sağlamaktadır. Bu aşamada tüketici davranışlarının takibi ve öngörülebilir olması önem kazanmaktadır (Belk, 2014: 1599).

Pazarlama dünyasında meydana gelen değişim ve yenilikler tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarında da değişikliklere yol açmaktadır. Tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının değişmesinin sonuçlarından biri de kompulsif satın alma davranışdır. Tüketicilerin satın alma davranışlarını kontrol edemeyerek ihtiyaç duymadığı ürünlerde bile sürekli alım yapma eğiliminde olması olarak adlandırılan kompulsif satın alma kavramı son yıllarda pazarlama alanında sıkça üzerinde durulan bir kavram haline gelmiştir. Dünya genelinde insanların nüfusu dolayısıyla tüketicilerin sayısı da sürekli artmaktadır. Buna tüketicilerin alım gücündeki ve ihtiyaç duydukları şeylerin sayısı ve çeşidindeki artış da eklenince insanlık tarihinde görülmemiş bir biçimde tüketim çılgınlığı yaşanmaktadır. Moda ve materyalizmin de etkisiyle tüketiciler çoğu zaman ihtiyaç duymasalar bile reklamlardan ve sosyal medya paylaşımlarından etkilenerek tüketime yönelmektedir. Bu durum kompulsif satın alma davranışlarını tetiklemekte ve alım gücünün üzerinde tüketime yönelen tüketicileri hem maddi hem de manevi olarak zorlamaktadır.

Bu çalışmada; moda, materyalizm ve kompulsif satın alma kavramları genel olarak açıklandıktan sonra, tüketicilerin moda ve materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkilerini tespit etmeye yönelik yapılan çalışmanın bulgularına yer verilmiştir. Çalışmanın sonunda ise sonuç ve önerilere yer verilerek genelde tüketici davranışları özelde ise kompulsif satın alma davranışı konusunda işletmelere ve bu alanda çalışma yapacak olanlara katkı sunulması amaçlanmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

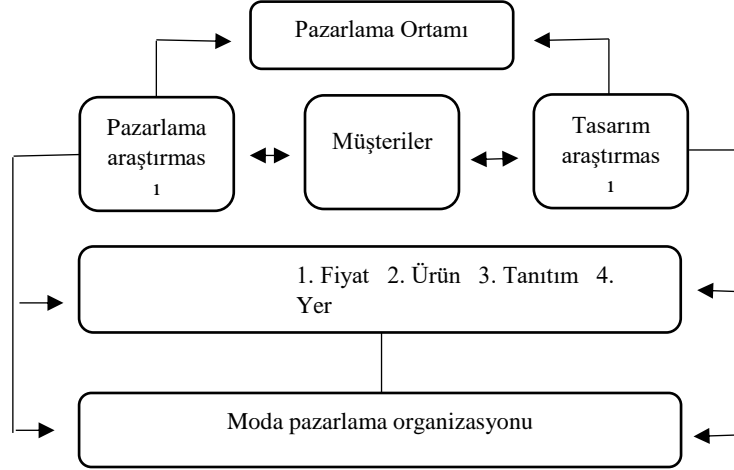
1.1. Moda Kavramı

Tüketicilerin günlük yaşamlarında modernizmin daha fazla yer almasıyla birlikte bir unsurun güzelliği kişilerin zevklerinden çıkarak, toplumun büyük bir kısmının hükmü altına girmiştir. Bir unsurun güzelliğinin derecesi ne kadar ilgi gördüğüyle ve modaya ne kadar uyum sağladığıyla ilgili olmaktadır (Barbarosoğlu, 1995: 25). Moda kavramının genellikle yüksek kültürün bir unsuru olduğu kabul görmektedir. Günümüzde moda eriştiği statü itibarıyla toplumun her kesimine uygulanabilmektedir (Barbarosoğlu, 1995: 30). Moda kavramı çok geniş alanlara yayılım göstermekle birlikte moda endüstrisi öncelikle pazarlama karmasında giyim, aksesuar ve ayakkabı yer alan işletmelere odaklanma eğilimi göstermektedir. Açık bir şekilde ifade etmek gerekirse giyim, medyadaki moda kavramını ifade etmek için kullanılan en yaygın araç haline gelmiştir (Jackson, 2007: 169). Moda, temel olarak kısa vadeli eğilimlerin veya solukların ardı ardına gösterilen değişim olarak açıklanabilmektedir. Bu bakımdan tıbbi tedavilerden popüler müziğe kadar hemen hemen her insan aktivitesinde moda söz konusu olabilmektedir (Easey, 2009: 3- 4).

Moda pazarına dahil olan işletmelerin sayısının yükselmesi ve moda ilgililerin yaşadığı değişimlerin sonucunda yenilikler ve kalıpların dışına çıkma düşüncesi modanın doğasına etkide bulunarak moda süreci oluşmuştur. Buna bağlı olarak da tüketim ürünleri de bundan payını almış olup kültürü meydana getiren ilgili pazarlar ve kurumsal ortam tarafından değişikliğe uğramıştır. Dönemlere bağlı olması itibarıyla moda kavramı hakkında görüş birliği az olmakta ve tüketici modasında çeşitliliğin çok fazla olduğu söylenebilmektedir. Tüketici modasında sadece belirli bir sınıfın beğenisine göre değil toplumun her kesiminin beğenisine yönelik unsurlar dikkate alınmaktadır (Crane, 2003: 175- 177).

Moda akımı kavramı, belirli bir dönemle ilgili olan moda ürünlerinin yapısını ve görünümünü ifade etmektedir. Bu trendler, bir dönemde teslim edilmeden önce tasarlanan ve üretilen moda ürünlerinin görünüşünde açık bir şekilde sunulmaktadır. Moda akımları, gelecekteki moda ürünlerinin kendi formlarında alacağı stil ve renk yönü hakkında bilgi vermektedir. Moda akımı kavramı, tedarik zincirinde buldukları

yere ve onu kullanan iş türüne göre değişmektedir (Jackson, 2007: 170). Tüm işletmeler daha geniş bir ticari ortamlara etkide bulunma amacını taşıyarak faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda katma değer vergisindeki artışlar belirli giysilere olan talebe engel oluştururken, işsizlik oranlarındaki düşüş iş giysilerine olan talebi artırabilmektedir. Bu iki açıklayıcı örnek, pazarlama ortamında meydana gelebilecek değişikliklerin modanın işleyişine önemli ölçüde etkide bulunacağını göstermektedir. Moda pazarlaması bir süreç olarak ifade edilebilmektedir. Şekil 1. bu süreci göstermektedir (Easey, 2009: 15).



Şekil 1: Moda Pazarlama Süreci

Kaynak: Easey, M. (2009;3-17)

Dünden bugüne moda süreci incelendiğinde, modacıların dizi, film, tiyatro, müzik gibi faktörlere ilave olarak popüler kültürün bünyesinde barındırdığı birçok unsurdan etkilenerek tasarımlarını oluşturdukları söylenebilmektedir. Geçmiş ile bugünü karşılaştığımızda en önemli faktörlerden birinin teknoloji olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Günümüzde tüketim küresel boyutlarda ve çok kısa sürede ve hareket yeteneğine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Moda artık kadın ve erkek modasına ek olarak cinsiyet farklılığı olmaksızın gençler olarak ayrı bir bölümde incelenmektedir (TMMOB Mimarlar Odası, 2005: 37).

Tüketici moda pazarlaması kavramının odak noktasında yer almaktadır (Easey, 2009: 15-16). Değişim ve yeniliklerin küresel boyutlarda meydana geldiği günümüzde iş kurmanın ve sonrasında işi devam ettirmenin bazı zorlukları bulunmaktadır. Karar alınırken tüketicinin istekleri dikkate alınmak zorunluluk haline gelmiştir. Tüketici artık, istediği gibi modayla kişiliğini ifade etmek amacıyla çeşitli tarzlar içinden istediğini tercih eden ve kendi tarzını oluşturarak seçim yapan kişiler olarak ifade edilebilmektedir. Moda tüketiciye bir seçimde bulunması için hak vermektedir. Popüler müzik, yazın ve giyim tarzları toplumsal hayatta bir kesim tüketici tarafından ilgi ve destek görmezken diğer bir kesimi oluşturan tüketiciler tarafından ilgi ve destek görebilmektedir. Destek veren tüketiciler kişiliklerinin bir ifadesini göstermek amacıyla kullanılabilir. Kıyafetlerin modaya uygunluğu, kişiler tarafından ne şekilde anlamlandırıldığıyla ilgili olmaktadır (Crane, 2003: 30).

Moda pazarlaması, işletmenin uzun vadeli amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla hedef kitlesini oluşturan tüketicilere, ilgili ürün ve hizmetlere odaklanan bir dizi teknik ve iş felsefesinin uygulanması olarak açıklanabilmektedir. Moda pazarlaması diğer pazarlama alanlarından farklılıklar taşımaktadır. Modanın doğasının bir gereği olarak, pazarlama faaliyetlerine ayrı bir önem verilmektedir. Ayrıca, tasarımda tüketici talebinin oluşturduğu öncü ve yaratıcı rolü, moda pazarlamasına etkide bulunmaktadır. Moda endüstrisinde, tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap veren işletmelerin büyüklüklerinde ve yapısında büyük farklılıklar bulunmaktadır. Serbest çalışan küçük bir işletmeden çok uluslu şirketlere kadar, çeşitlilik önemli bir özellik olarak dikkat çekmektedir. AB'nin yasal değişiklikleri ve genişlemesi, ticaret engellerinin küresel ölçekte kademeli olarak kaldırılması ve internetin yaygınlaşmasının bir sonucu olarak moda endüstrisi küresel bir işletme haline gelmiştir. Moda pazarlaması uygulamaları tek tip olmamaktadır (Easey, 2009: 7). Çağdaş tüketicinin giyim ve giyim eşyası satın alma davranışının anlaşılması, moda pazarlaması açısından son derece önem taşımaktadır (Gutman ve Mills, 1982: 64).

Günümüzde moda pazarı oldukça rekabetçi bir hal almıştır. İşletmelerin mağazalarındaki malların değişim sıklığı artması kaçınılmaz bir olay haline gelmiştir. Çünkü işletmeler rekabetin bir gereği olarak ürün yelpazesini yenileme ihtiyacı hissetmektedir. Bu bağlamda küçük ürün koleksiyonlarını ortaya çıkartarak tüketiciler tarafından daha fazla ilgi görmeyi amaçlamaktadır (Bhardwaj ve Fairhurst, 2010: 166). Moda yönelimi tüketiciler alışveriş yaparken ılımlı bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Ürün kalitesi, hedonik

alışveriş deneyimi ve koruyucu niyetin algılanması modaya olan eğilimi olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilmektedir. İşletmeler karar sürecinde moda odaklı ikna çabalarıyla tüketicileri etkilemeyi hedefleyebilmektedir (Michon vd., 2015: 17).

1.2. Materyalizm Kavramı

Kişileri kendisini farklılaştırma dürtülerinin temeli, görüşlerine ve inançlarına dayanmaktadır. Lüks kültürel yerleşime sahip bir yaklaşım olmakla birlikte dar anlamda nesnel veya sembolik bir değer fazlasıyla ve daha yüksek kalite standardına sahip olan kıt ürünler olarak açıklanabilmektedir. Tüketicilerin eskiden ulaşmakta güçlük çektiği lüks markalar sokak sahnesinde giderek daha görünür hale gelmiştir. Lüks endüstrinin sıçrama göstermesi, esas olarak orta ve alt sınıfların artan serveti üzerine yoğunlaşmasıyla gerçekleşmiştir. Ancak lüks endüstrisi satışlarının artması büyümenin bir ifadesi niteliği taşımakta olup aynı zamanda objektif ve öznel kıtlığın da azalması anlamına gelmektedir (Mortelmans, 2005: 516).

Günümüzde oldukça fazla sayıda mal çeşidi bulunmaktadır. Tüketicilerin yaşamlarının bir gereği olarak eşyalar kullanmaktadır. İnsanlar zamanlarının büyük bir bölümünü mal edinmek, bu malları ödeyebilme gücüne sahip olmak için harcamaktadır. Kişiler günlük konuşmalarında da sıklıkla ürünlerden bahsetmektedir. Tüketicilerin hayatlarında mal, mülk benzeri unsurların merkezîyetçiliği dikkate alındığında, bunun ne anlama geldiğini ve neden bu kadar değerli görüldüğünü sormak önem taşımaktadır (Richins, 1994: 504).

Pazarlama alanında materyalizm üzerine yapılan çalışmaların artması, materyalizmin tüketici davranışları üzerinde etkisinin arttığının işareti olarak görülebilir. Materyalizm uzun zamandır dinsel, felsefi ve sosyolojik bir tartışma konusu olmasına rağmen, özellikle son yıllarda tüketici araştırmacılarının üzerinde durduğu ampirik bir konu haline gelmiştir (Goldsmith vd., 2012: 103). Materyalizmin, pazarlama alanında yeni bir konsept veya tartışma konusu olmadığı ve işletmelerin tüketicilerin ürün ve hizmetleri satın almaya teşvik etmek için materyalist eğilimlerine güvendikleri açıkça ifade edilebilmektedir. Bu bakımdan pazarlamacıların herhangi bir kültürel ortamı etkileyebilecekleri bir özellik olduğu anlaşılmaktadır. Pazarlamacılar kültür duygularını materyalizme doğru etkilemek isterse, materyalizmin doğasını ve hedeflenen tüketici kesiminin kültürel geçmişini daha iyi anlamış olması önem taşımaktadır (Parker vd., 2010: 2).

Materyalizm genellikle kişilere mal, mülk gibi edinildiğinde mutluluk veren ya da yapıldığında haz duyulan bir duygu olarak kısaca maddiyata olan eğilim olarak da açıklanabilmektedir. Birçok konuyla bağlantıları olan karmaşık bir yapıdır (Puruçuoğlu, 2008:7). Materyalizm, olumlu ve olumsuz iki farklı etkiyi içinde barındıran bir davranış biçimidir. Olumsuz etkisi; aşırı sahiplenme, kıskançlık ve cömertlik eksikliğine yol açmasıdır. Olumlu etkisi ise sahip olma hazzı ve mülkiyetten zevk alma eğilimi şeklinde açıklanabilir (Browne ve Kaldenberg, 1997: 33). Materyalizm, bir tüketicinin dünyevi eşyalara verdiği önem olarak da tanımlanabilir. Materyalizmi üst seviyede olan kişilerin hayatında bu dünyevi eşyalar hayatının merkezinde yer almakta ve büyük memnuniyet ve memnuniyetsizliklerin kaynağı olarak görülmektedir (Belk, 1985: 265).

Birçok pazarlama çabası materyalizmi teşvik ederken, teşvik edilen materyalizmin olumsuz toplumsal etkileri olabilmektedir. Materyalizmin kişiler, aileler, toplum vb. üzerindeki etkilerinin anlaşılması ve pazarlamacıların materyalizmi teşvik etmesinin sosyal olarak sorumluluk taşıyıp taşımadığının değerlendirilmesinde önemli taşımaktadır. Bütün maddi istek ve zevkler kötü anlama gelmemektedir. Maddi malların satın alınması, hayatının doğal ve sağlıklı bir parçasıdır. Bununla birlikte maddi arzular, yaşamın diğer önemli yönlerine etkilerde bulunmaktadır. Bu noktada, materyalizmin kişiye veya topluma zararlı olması kaçınılmaz bir durum haline gelmektedir (Muncy ve Eastman, 1998: 137-138).

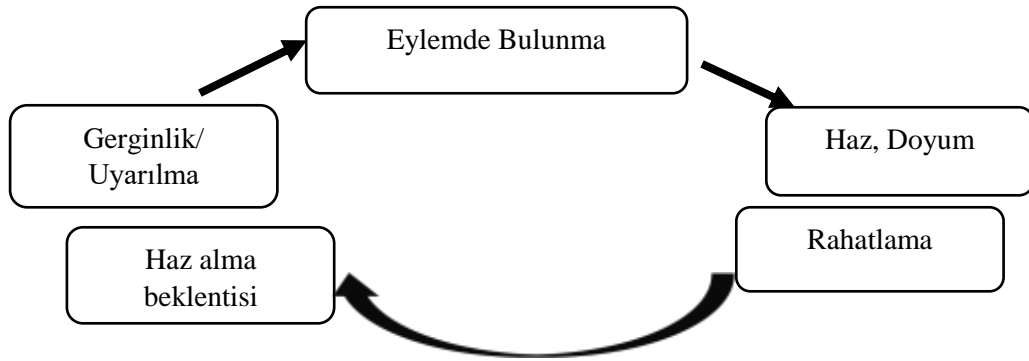
1.3. Kompulsif Satın Alma

Bir tüketici davranışı olan satın alma genellikle fayda sağlayan ihtiyaçların tatmin edilmesi için aracı niteliği taşımaktadır. Kimi tüketiciler için boş vakit aktivitesi, kimisi için duygularının yönetimi için bir araç veya öz kimliğini belirleme ve ifade etme yöntemidir (Koran vd., 2006: 1806). Pazarlamada, tüketici davranışını tanımlamak için kullanılan baskın paradigma rasyonel seçim modelidir. Tüketiciler, alternatiflerin maliyetlerini ve yararlarını hesaplayarak bir satın alma yapılıp yapılmayacağına karar vermektedir (Hoch ve Loewestein, 1991: 492). Tüketicinin duyguları satın alma sürecine etkide bulunan bir özellikte olmaktadır. Pazarlamacılar için, hedef kitesinde yer alan tüketicinin satın alma davranışlarının duygusal faktörler tarafından nasıl etkilenebileceği hakkındaki bilgiler çok önemli hale gelmiştir. Tüketicilerle kalıcı ilişkiler kurmaya verilen önem duygusal reaksiyonları neyin destekleyebileceğini veya sürdürebileceğini stratejik bir unsur olarak dikkate almak gerekmektedir (Sherman vd., 1997: 361-362).

Tüketicinin satın alma sürecinde kontrolünü kaybederek normalin üstünde çokça alımda bulunması pazarlama literatüründe kompulsif satın alma kavramının popülerliğini arttırmıştır. Kompulsif satın alma davranışında bulunan tüketiciler satın alma sonrasında yaşadığı çeşitli sorunların ortadan kalkacağına

inanmaktadır. Bu bağlamda benzer amaçlar doğrultusunda yapılan satın alma davranışları çeşitli problemlere yol açan klinik bir rahatsızlık olarak kabul görmektedir (Korur ve Kimzan, 2016: 65). Obsesyon ve kompulsiyonlar ilk kez 1838 yılında Esquirol tarafından tanımlanmıştır. Obsesyonlar ve kompulsiyonlar 19. yy. sonuna kadar depresyon belirtisi olarak kabul görmüştür. Obsesyon kişinin çaba göstererek bilincinden uzaklaştıramadığı düşüncelere denilmektedir. Kompulsiyonlar ise kişinin çaba göstererek durduramadığı eylemlere denilmektedir (Yüksel, 2006: 164).

Kompulsif satın alım obsesif-kompulsif spektrum bozukluğu olarak da nitelendirilmektedir. Bu nitelendirmenin nedeni, obsesif kompulsif bozukluk gibi tüketicilerin düşünceleri satın alma ile meşgul olmakta ve kaygıyı azaltmak için tekrarlayan satın alma davranışını gerçekleştirmektedir (Ridgway vd., 2008: 622-623). Kişiler aşırı ve anlamsız bulmasına rağmen, bu davranışlarına yapmaya devam etmektedir. Bu durum zaman kaybına neden olmakta ve kişinin çevresiyle ilişkilerine zarar verebilmektedir. Bu aşamada durumun ehemmiyetinin üzerinde durarak kişide ruhsal bir sorun olabileceği gündeme gelmektedir. Kişide, psikiyatride obsesif kompulsif bozukluk olarak adlandırılan saplantı-zorlantı hastalığı olabilmektedir. Obsesyonlar istemsiz olarak gelen ve kişiyi rahatsız eden tekrarlayıcı düşünceler olarak açıklanmaktadır. Kompulsiyonlar ise saplantılı düşüncelerden kurtulmak veya bu obsesyonların verdiği rahatsızlığı azaltmak amacıyla yapılan ve istemsizce tekrarlanan davranışlar olarak açıklanmaktadır (Saygılı, 2001: 32). Kompulsif satın alma davranışında dürtü kontrol bozukluğu öne çıkmaktadır. Dürtü kontrol bozukluklarında kişilerin kendisine veya başkalarına açıkça zararlı olabilecek hareketleri gerçekleştirmeye yönelik istek ve arzularına tekrarlayıcı bir şekilde koyamamaları dikkat çekmektedir. Şekil 2. bu döngüyü göstermektedir (Işık vd., 2008: 371):



Şekil 2. Dürtü Kontrol Bozuklukları Kısır Döngüsü

Kaynak: Işık vd. (2008)

Dürtüsellik, kişilerin hareketlerinin kontrol edebilmesinde, davranışları planlayabilmesinde ve kendini durdurabilme yeteneklerinde zorlanma olarak açığa çıkabilecek bir olgu olarak ifade edilmektedir. Tüketicileri hissettikleri dürtüler satın almaya yönlendirmektedir (Billieux vd., 2008: 1439). Günlük hayatta satın alma yaşamın normal ve rutin bir parçasını oluşturmaktadır. Kompulsif satın alan tüketiciler için durum normal tüketicilerden farklı olmaktadır. Satın alma, yıkıcı etkileri olan bir dürtü kontrolü yetersizliği olarak kişilerin hayatlarına etki bulunmakta ve ciddi sonuçlara neden olan bir davranış olarak açıklanabilmektedir (Faber ve O'Guinn, 1989: 147).

Herkesin aynı görüşte uzlaştığı bir tanım olmamakla birlikte, kompulsif satın alımın üç temel özelliğine ilişkin bir ortak görüş bulunmaktadır: Satın alma dürtüsü karşı konulmaz olarak yaşanmaktadır. Bireyler satın alma davranışları üzerindeki kontrolü kaybetmektedir. Son olarak ise kişiler olumsuz sonuçlara rağmen aşırı derecede alım yapmaya devam etmektedir (Dittmar, 2004: 421). Anormal bir tüketici davranışı olan kompulsif satın alma davranışı hem kişinin kendisi için hem de etrafındaki kişiler için ciddi sonuçlara yol açmaktadır. Yönetilemeyen borç miktarını toplayan kompulsif satın alım yapan tüketiciler kendileri ve aileleri için ekonomik ve duygusal sorunlara neden olmaktadır. Bu borcun ödenememesi, alacaklıları olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir. Bu nedenle, bu sorunu anlamak ve ondan zarar gören insanlara yardım etmek toplumu da ilgilendirmektedir (Faber ve O'Guinn, 1989: 147).

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Tüketicilerin kompulsif satın alma davranışları, tüketici davranışı araştırmalarında önemli bir sorgulama alanını oluşturmaktadır. Kompulsif satın alma çalışmasının önemi, kısmen, tüketici davranışının olumsuz bir yönü olarak doğasından kaynaklanmaktadır. Spesifik olarak, olumsuz tüketim olaylarını araştırmak, olumlu tüketim davranışlarının incelenmesi için değiştirilmiş veya yeni bakış açıları sağlayabilmektedir. Ayrıca, tüketimin olumsuz yönleriyle ilgili araştırmalar faydalı olabilmekte çünkü potansiyel olarak toplumun refahına katkıda bulunabilmektedir. Toplum refahına katkı sağlayabilmesi, herhangi bir araştırmanın faydası için önemli bir kriterdir (Shoham ve Makovec B., 2003: 127).

Anormal tüketici davranışlarının araştırılması önemlidir, çünkü bu davranışların hem etkilenen hem de etkilenmeyen bireyler için ciddi sonuçları olmaktadır. Kompulsif satın alıcılar ve aileleri tarafından yönetilemez miktarlarda borçlanmadan kaynaklanan ekonomik ve sosyal problemler yaşanabilmektedir. Borç verip borcunun ödemesini alamayan alacaklılar da bu anormal piyasa davranışlarından olumsuz yönde etkilenmektedir. Tüketici davranışları hakkında genel bir anlayış çerçevesinde, ilgili olumsuz finansal ve sosyal sonuçların iyileştirilmesinin yanında giderek artan ve önemli sayıda tüketicinin ortaya çıktığı durumlarda kompulsif satın alma davranışı hakkında ek pazarlama araştırmaları yapmak çok önemli olmaktadır (Workman, 2010: 114).

Tüketimin karanlık tarafı olarak anormal tüketici davranışı olarak görülen kompulsif tüketimin bir biçimi olan kompulsif satın alma davranışı dürtüsel olarak tüketmeye yönlendirilen bireylerin hayatlarında yıkıcı etkilere neden olabilmektedir. Modaya olan ilginin, kredi kartı kullanımı gibi özellikler kompulsif satın almayı etkileyebilmektedir. Kompulsif satın alma, tüm dünyadaki pazarlamacılar ve araştırmacılar tarafından artan bir ilgi görmektedir (Park ve Burns, 2005: 138).

Uzun yıllardır moda giysiler tüketici araştırmalarında ilgi çekici bir alanı oluşturmaktadır. Mülkiyet ve moda giyim toplumda önemli bir yere sahiptir (O'Cass, 2004: 869). Bununla ilgili olarak, yaşamın anlamı, başarısı ve memnuniyetinin genellikle sahip olunan veya edinilmeyen şeylerle değerlendirildiği düşünülmektedir (Belk, 1985: 265). Bir bireyin kimliğinin, kendi maddi varlıklarının sembolik anlamlarından ve bu mallarla ilgili olma şekline etkilenmektedir (Dittmar, 1992: 205). Bu nedenle, tüketicilerin materyalizm eğilimleri moda eğilimlerinden, önemli ölçüde etkilenecek, daha materyalist tüketicilerin moda eğilimlerinin daha yüksek düzeyde olacağı varsayımı araştırmanın hipotezleri içerisinde yer alacaktır.

Tüketicilerin moda eğilimlerinin ve materyalizm eğilimlerinin önceliklerini ve sonuçlarının anlaşılması, modanın ve materyalizm unsurlarının birçok insanın yaşamında odak bir pozisyonda olması ve birçok toplumda hem sosyal hem de ekonomik değeri olması nedeniyle konu önem taşımaktadır. Tüketici davranışlarını ve bireylerin kendilerine nasıl önem verdiklerini dikkate alan bu çalışma, tüketicilerin modaya eğilimleri, materyalizm eğilimleri ve kompulsif satın alma düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırma modelinde gösterildiği gibi incelemektedir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklem

Tüketicilerin moda ve materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın alma davranışları üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden faydalanılmıştır.

Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tüketicilerin demografik özelliklerinin belirlenebilmesi için cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş ile ilgili sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise tüketicilerin moda eğilimine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Üçüncü bölümde tüketicilerin materyalizm eğilimine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Dördüncü bölümde tüketicilerin kompulsif satın alımına ilişkin ifadeler yer almaktadır. Ankete katılan tüketicilerin ifadelerine katılım derecelerini tespit etmek için 5'li Likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Anket formu hazırlanırken; ikinci bölümde Gutman ve Mills tarafından 1982 yılında geliştirilen Moda Yönelimi (Fashion Orientation) ölçeği kullanılmıştır. Moda yönelimi Ölçeği moda liderliği, moda ilgisi, iyi giyinmenin önemi ve moda karşıtı tutum başlıkları olmak üzere dört boyut altında ve 17 ifadeden oluşmaktadır. Üçüncü bölümde Richins ve Dawson tarafından 1992 yılında geliştirilen tüketicilerin materyalizm eğilimlerine ilişkin ifadelerin yer aldığı Maddi Değerler Ölçeği'nin (MVS) 2004 yılında yazarları tarafından incelenip ölçeğin kısa versiyonunu geliştirilmesiyle oluşan 15 maddelik ölçek kullanılmıştır. Maddi değerler Ölçeği başarı, merkezîyet ve mutluluk başlıklarıyla üç boyut altında toplanmıştır. Son olarak çalışmanın dördüncü bölümünde Faber ve O' Guinn tarafından 1992 yılında geliştirilen tek boyut altında toplanan 7 maddelik tüketicilerin kompulsif satın almalarına ilişkin ifadelerin yer aldığı Kompulsif Satın Alma Ölçeği (Compulsive Buying Scale) kullanılmıştır.

Araştırmada anket formunda yer alan ölçeklerin güvenilirliğinin (içsel tutarlılığının) değerlendirilmesinde Cronbach alfa katsayısından yararlanılmıştır. Tablo 1’de verilerin analizi sırasında toplam puanlarından yararlanılacak ölçeklerin Cronbach alfa katsayıları ve ölçeğin yapısını tanıttıcı bilgiler özet olarak sunulmuştur.

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

| Ölçek | Ölçüm Aralığı | Madde Sayısı | Cronbach Alfa Katsayısı |
|----------------------|------------------------|--------------|-------------------------|
| Moda Eğilimi | 5’li ölçek (1-5 arası) | 17 | 0,860 |
| Materyalizm Eğilimi | 5’li ölçek (1-5 arası) | 15 | 0,821 |
| Kompulsif Satın Alma | 5’li ölçek (1-5 arası) | 7 | 0,859 |

Cronbach Alfa katsayısının değeri 0 ile 1 arasında yer almaktadır. Cronbach alfa katsayısının değeri; 0 ile 0,40 arasında güvenilir değil, 0,40 ile 0,60 arasında düşük güvenilir, 0,60 ile 0,80 arasında oldukça güvenilir, 0,80 ile 1 arasında ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek anlamına gelmektedir (Özdamar, 2002: 673). Tablo 1’de görüldüğü gibi araştırmada kullanılan ölçeklerden moda eğilimi ölçeği 0,860 güvenilirliğe sahip, materyalizm eğilimi ölçeği 0,821 güvenilirliğe sahip ve son olarak kompulsif satın alma davranışı ölçeği 0,859 güvenilirliğe (içsel tutarlılığa) sahiptir. Bu sonuçlardan, kullanılan ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmada elde edilen verilerin istatistiksel testlerle değerlendirilmesi için veriler kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Bu verilen kodlanmasında ve çeşitli istatistiksel analiz yöntemlerinin kullanılmasında SPSS 23.0 paket programından yararlanılmıştır. Veriler kodlandıktan sonra dikkatle bilgisayara girilmiş, süreç tamamlandığında ise veri analizinde kullanılacak istatistiksel testler belirlenerek Güvenilirlik, Frekans Dağılımı, Ortalama- Standart Sapma, KMO ve Barlett Testi, Faktör Analizi, Korelasyon ve Regresyon testleri yapılmıştır. Araştırmada anket formunda yer alan ölçeklerin güvenilirliğinin saptanmasında Cronbach alfa katsayısından yararlanılmıştır.

Araştırmanın ana kütlesini Konya ilinde ikamet eden farklı demografik bilgilere sahip tüketiciler oluşturmaktadır. TÜİK 2018 verilerine göre Konya ili toplam nüfusu 2 milyon 205 bin 609 olarak belirlenmiştir (www.tuik.gov.tr). Tüketicilerin hepsine ulaşmak uzun zaman ve yüksek maliyet gerektirmesi nedeniyle araştırma ana kütleyi temsil yeterliliğine sahip örneklem üzerinden yürütülmüştür.

Örneklem büyüklüğünün hesaplanırken temsil yeteneğine zarar vermeyecek en küçük sayının alınması temel ölçüt olarak kabul edilmekte ve temsil yeteneğine sahip sayı araştırma evreninin büyüklüğüne ve araştırmayı yapan kişilerin imkanlarına göre değişmektedir (Aziz, 2014: 56). Örneklem büyüklüğünü; örneklem hatası, hedef kitleyi oluşturan kişilerin araştırma kapsamında incelenen özellikleri bakımından ne kadar benzerlik taşıdıkları ve kabul edilen anlamlılık düzeyi etkilemektedir. Örnek kütlenin belirlenmesinde %95 güvenilirlik düzeyinde ve çeşitli örnekleme hatalarında ana kütleyi temsil yeterliliğine sahip örnek kütle sayılarının gösterildiği tablo referans alınmıştır. Bu bağlamda $\pm 0,05$ örnekleme hatasında $p=0,05$ ve $q=0,05$ için belirlenen örnek kütle sayısı 384’dür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 49-50). Veri toplama sürecinde değerlendirmeye uygun 402 ankete ulaşılmıştır. Araştırmada örnekleme kapsamı içerisinde yer alacak tüketicilerin belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

2.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri Konya ilinde ikamet etmekte olan tüketicilerin moda eğilimleri, materyalizm eğilimleri ve kompulsif satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik hazırlanmıştır. Sonrasında şekil 3.’de Araştırmanın modeline yer verilmiştir.

H1: Tüketicilerin moda eğilimlerinin, kompulsif satın alma davranışları üzerinde etkisi vardır.

H1a: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan moda liderliğinin, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

H1b: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan moda ilgisinin, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

H1c: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan iyi giyinmenin öneminin, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

H1d: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan moda karşıtı tutumun, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

H2: Tüketicilerin materyalizm eğilimlerinin, kompulsif satın alma davranışları üzerinde etkisi vardır.

H2a: Tüketicilerin materyalizm eğiliminin alt boyutu olan başarının, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

H2b: Tüketicilerin materyalizm eğiliminin alt boyutu olan merkeziyetin, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

H2c: Tüketicilerin materyalizm eğiliminin alt boyutu olan mutluluğun, kompulsif satın alma üzerinde etkisi vardır.

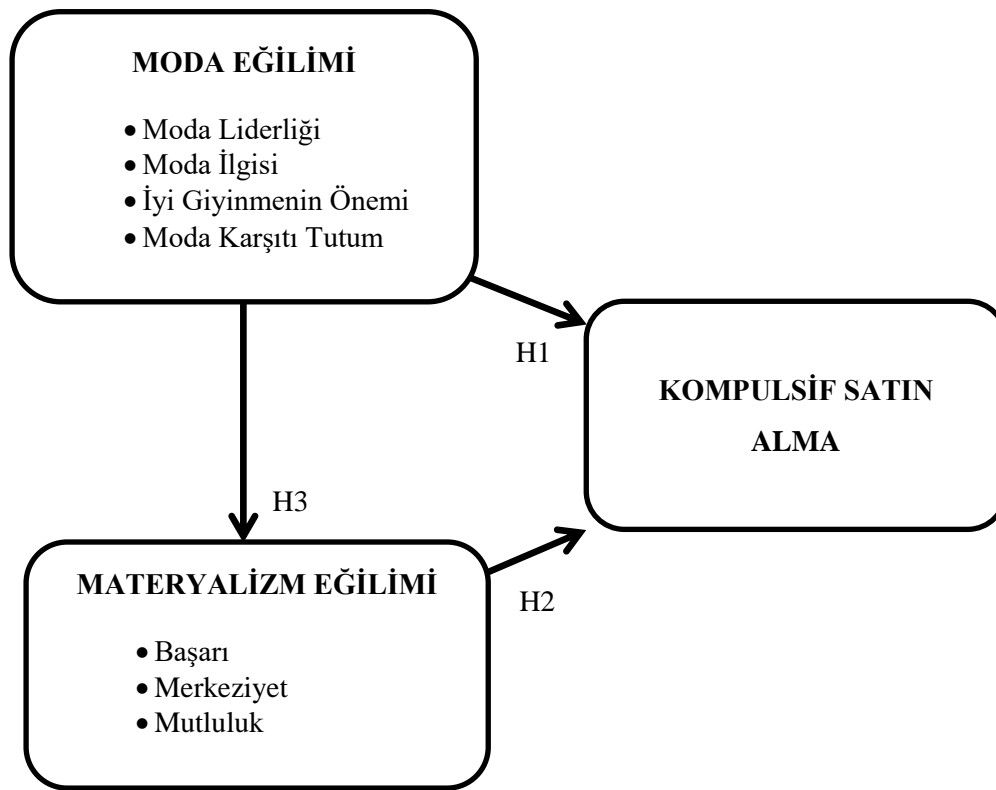
H3: Tüketicilerin moda eğilimlerinin, materyalizm eğilimleri üzerinde etkisi vardır.

H3a: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan moda liderliğinin, materyalizm eğilimleri üzerinde etkisi vardır.

H3b: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan moda ilgisinin, materyalizm eğilimleri üzerinde etkisi vardır.

H3c: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan iyi giyinmenin öneminin, materyalizm eğilimleri üzerinde etkisi vardır.

H3d: Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutu olan moda karşıtı tutumlarının, materyalizm eğilimleri üzerinde etkisi vardır.



Şekil 3. Araştırmanın Modeli

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Ankete katılan tüketicilerin demografik özelliklerine göre dağılımları Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Tüketicilerin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

| Cinsiyet | Frekans | (%) |
|---------------|---------|-------|
| Kadın | 244 | 60,7 |
| Erkek | 158 | 39,3 |
| Toplam | 402 | 100,0 |
| Eğitim Durumu | Frekans | (%) |
| İlkokul | 12 | 3,0 |
| Ortaokul | 16 | 4,0 |
| Lise | 55 | 13,7 |
| Ön Lisans | 50 | 12,4 |
| Lisans | 208 | 51,7 |
| Yüksek Lisans | 50 | 12,4 |
| Doktora | 11 | 2,7 |
| Toplam | 402 | 100,0 |
| Aylık Gelir | Frekans | (%) |
| 0- 2020 TL | 69 | 17,2 |
| 2021- 4040 TL | 126 | 31,3 |
| 4041- 6060 TL | 109 | 27,1 |
| 6061- 8080 TL | 38 | 9,5 |
| 8081TL+ | 60 | 14,9 |
| Toplam | 402 | 100,0 |
| Yaş | Frekans | (%) |
| 18- 26 | 188 | 46,8 |
| 27- 35 | 91 | 22,6 |
| 36- 44 | 59 | 14,7 |
| 45- 53 | 53 | 13,2 |
| 54- 62 | 6 | 1,5 |
| 63+ | 5 | 1,2 |
| Toplam | 402 | 100,0 |

Tablo 2’ye göre, anket uygulamasına katılan katılımcıların %60,7’sinin kadın, %39,3’ünün erkek olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna göre değerlendirildiğinde, araştırmaya %3,0 ilkökul, %4,0 ortaokul, %13,7 lise, %12,4 ön lisans, %51,7 lisans, %12,4 yüksek lisans ve %2,7 oranında doktora düzeyindeki tüketicilerin katıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelir seviyesinde ise %31,3 ile en yüksek oranda 2021-4040 TL geliri olan katılımcı varken %9,5 ile en düşük oranda 6061- 8080 TL gelire sahip katılımcılar vardır. Demografik özellik olarak katılımcıların yaşı incelendiğinde %46,8 18-26 yaşları aralığındaki tüketiciler %22,6 27-35 yaşları aralığındaki tüketiciler, %14,7 36-44 yaşları aralığındaki tüketiciler, %13,2 45-53 yaşları aralığındaki tüketiciler, %1,5 54-62 yaşları aralığındaki tüketiciler, %1,2 ile de 63 yaşının üzerindeki tüketiciler anketi cevaplamıştır.

Bu bilgilere ek olarak Moda Eğilimi ile ilgili değişkenler bir araya getirilerek faktörlerin belirlenmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ancak öncelikle veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını öğrenebilmek amacıyla KMO ve Barlett Testi’nden yararlanılmıştır. KMO değerinin %60’ın üzerine bir oran olması ümit edilir (Nakip, 2006: 429). Moda Eğilimi için KMO değeri 0,898 çıkmıştır. Bu değer faktör analizi yapılabilmesi için uygundur. Ölçeklerin yapısal geçerliliklerinin belirlemek amacıyla asal bileşen faktör analizi kullanılmıştır. Ayrıca ölçeklerin değişkenlerinin alt boyutları tespit edilmesinde ve faktör yüklemesinde varimax rotasyonu kullanılmıştır (Stoel ve Muhanna, 2009: 185).

Tablo 3: Moda Eğilimi Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

| Maddeler | Faktör Yükleri | Ort. | Std. Sap. |
|--|----------------|------|-----------|
| Moda Eğilimi (KMO: 0,898) | | | |
| 1. Bir moda öncüsü olmak benim için önemlidir. | 0,732 | 2,45 | 1,29 |
| 2. Moda trendlerini izlerim ve onları ilk deneyenlerden biri olmak isterim. | 0,737 | 2,21 | 1,29 |
| 3. Moda trendlerini fark etme yeteneğime güvenirim. | 0,671 | 2,87 | 1,35 |
| 4. Kişiliğimi dışa vurmanın en iyi yollarından biri giysilerdir. | 0,608 | 3,39 | 1,36 |
| 5. Yeni modayı deneyen ilk kişilerden biri olduğum için çoğu kişi beni moda lideri olarak görür. | 0,731 | 2,09 | 1,24 |
| 6. Aktif yaşam tarzımdan dolayı, çok çeşitli giysilere ihtiyaç duyarım. | 0,674 | 3,04 | 1,31 |
| 7. Son modaaya uygun en az bir kıyafet mutlaka satın alırım. | 0,687 | 2,64 | 1,34 |
| 8. Asla moda dergileri okumam ya da moda trendlerine ilgi göstermem. | 0,415 | 2,75 | 1,48 |
| 9. Kıyafetlere ve aksesuarlara çok para harcarım. | 0,725 | 2,67 | 1,30 |
| 10. Modaya ilişkin faaliyetlere çok zaman harcarım. | 0,660 | 2,01 | 1,20 |
| 11. İyi giyimli olmak benim için önemlidir. | 0,595 | 3,88 | 1,13 |
| 12. Eğer ön planda olmak istiyorsan, uygun giyinmelisin. | 0,599 | 3,67 | 1,25 |
| 13. Kendinle ilgili düşündüklerin giysilerinle yansıtılır. | 0,617 | 3,50 | 1,23 |
| 14. İyi kıyafetler giymek iyi bir yaşam sürmenin bir parçasıdır. | 0,615 | 3,17 | 1,31 |
| 15. Sözde moda uzmanları tarafından ne giyileceğinin söylenmesi beni rahatsız eder. | 0,557 | 2,32 | 1,29 |
| 16. Giysideki moda sadece tüketicilerden daha çok para kazanmanın bir yoludur. | 0,618 | 2,11 | 1,21 |
| 17. Şu anki moda ne olursa olsun, ben beğendiğim kıyafetleri alırım. | 0,709 | 1,73 | 1,10 |
| <i>Açıklanan Varyans (%)</i> | 57,908 | | |
| <i>Cronbach' s Alpha</i> | 0,860 | | |

Notlar: (i)n=402, (ii) Varimax Rotasyonlu Asal Bileşenler Analizi. (iii) KMO: 0,898, Barlett Testi=2836,606; p<0,001.

Tablo 3'teki verilere göre moda eğilimlerinin etkisini belirten “İyi giyimli olmak benim için önemlidir.” ifadesi 3,88 ile ilk sırada, “Eğer ön planda olmak istiyorsan, uygun giyinmelisin.” ifadesi 3,67 ile ikinci sırada, “Kendinle ilgili düşündüklerin giysilerinle yansıtılır.” ifadesi 3,50 ile üçüncü sırada yer alırken, “Şu anki moda ne olursa olsun, ben beğendiğim kıyafetleri alırım.” ifadesi 1,73 ile sonda yer almıştır.

Tablo 3'te yer alan faktör yapıları incelendiğinde moda eğilimi ölçeğinin dört boyuttan oluştuğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ilk beş ifadenin moda liderliği boyutu altında, ikinci 5 ifadenin moda liderliği boyutu altında, sonraki 4 ifadenin iyi giyinmenin önemi boyutunun altında ve son üç maddenin moda karşıtı tutum boyutunda yer aldığını söylemek mümkün olmaktadır. İfadelerin ölçeğin orijinaline uygun olarak dağılım gösterdiği söylenebilmektedir. Ayrıca faktör yapılarının 0,4 üzerinde bir değere sahip olması anlamlı bir yüklenme olduğunu göstermektedir. Bu nedenle ölçekten madde çıkarılmamıştır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016: 427).

Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını öğrenebilmek amacıyla KMO ve Barlett Testi'nden yararlanılmıştır. Materyalizm Eğilimi için KMO Değeri 0,830 çıkmıştır. Bu değer faktör analizi yapılabilmesi için uygundur.

Tablo 4: Materyalizm Eğilimi Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

| Faktörler | Faktör Yükleri | Ort. | Std. Sap. |
|---|----------------|------|-----------|
| Materyalizm Eğilimi (KMO: 0,830) | | | |
| 1. Evleri, arabaları ve giysileri olan insanlara hayranlık duyarım. | 0,686 | 2,34 | 1,33 |
| 2. Hayattaki en önemli başarılarından biri maddi varlıkları (örneğin ev, araba gibi) elde etmektir. | 0,614 | 2,29 | 1,29 |
| 3. Ben, bir başarı simgesi olarak insanların sahip oldukları maddi varlıkların miktarına önem vermem. | 0,437 | 2,16 | 1,29 |
| 4. Sahip olduğum maddi varlıklar ne kadar iyi bir yaşamım olduğu konusunda çok şey gösterir. | 0,599 | 2,75 | 1,24 |
| 5. İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim. | 0,705 | 2,90 | 1,32 |
| 6. Mümkün olduğunca mal mülk edinme kaygılarından uzak, sade bir yaşam sürdürmeye çalışırım. | 0,594 | 2,47 | 1,20 |
| 7. Sahip olduğum maddi varlıklar benim için çok önemli değildir. | 0,617 | 2,69 | 1,26 |
| 8. Bir şeyler satın almak bana çok zevk verir. | 0,486 | 3,22 | 1,28 |
| 9. Tanıdığım pek çok kişiye nazaran maddi varlıklara daha az önem veririm. | 0,658 | 2,28 | 1,15 |
| 10. Yaşamımda pek çok lüks (lüks araba, lüks eşyalar gibi) olması hoşuma gider. | 0,742 | 2,78 | 1,27 |
| 11. Hayattan zevk almam için gerekli olan her şeye sahibim. | 0,559 | 2,53 | 1,20 |
| 12. Daha hoş şeylere sahip olsaydım yaşamım daha iyi olurdu. | 0,675 | 2,72 | 1,28 |
| 13. Eğer daha hoş şeylere sahip olsaydım şu anki durumumdan daha mutlu olmazdım. | 0,524 | 2,62 | 1,27 |
| 14. Daha çok şeyi satın alabilecek imkanım olsaydı daha mutlu olacaktım. | 0,730 | 2,64 | 1,29 |
| 15. İstedğim her şeyi satın almaya gücüm yetmezse bu bazen beni rahatsız eder. | 0,528 | 2,67 | 1,28 |
| Açıklanan Varyans (%) | 52,930 | | |
| Cronbach' s Alpha | 0,821 | | |

Notlar: (i)n=402, (ii) Varimax Rotasyonlu Asal Bileşenler Analizi. (iii) KMO: 0,830, Barlett Testi=1828,833; p<0,001.

Tablo 4'deki verilere göre materyalizm eğilimlerinin etkisini belirten “Bir şeyler satın almak bana çok zevk verir.” ifadesi 3,22 ile ilk sırada, “İnsanları etkileyen şeylere sahip olmayı severim.” ifadesi 2,90 ile ikinci sırada, “Yaşamımda pek çok lüks (lüks araba, lüks eşyalar gibi) olması hoşuma gider.” ifadesi 2,78 ile üçüncü sırada yer alırken, “Ben, bir başarı simgesi olarak insanların sahip oldukları maddi varlıkların miktarına önem vermem.” ifadesi 2,16 ile sonda yer almıştır.

Tablo 4'de yer alan faktör yapıları incelendiğinde materyalizm ölçeğinin üç boyuttan oluştuğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ilk beş ifadenin başarı boyutu altında, ikinci 5 ifadenin merkezîyet boyutu altında ve son beş ifadenin mutluluk boyutunda yer aldığını söylemek mümkün olmaktadır. İfadelerin ölçeğin orijinaline uygun olarak dağılım gösterdiği söylenebilmektedir. Faktör yükleri 0,4'ün üstünde olup ölçekten madde çıkarılmamıştır.

Tablo 5: Asal Bileşen Faktör Analizi Sonuçları- Kompulsif Satın Alma Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

| Faktörler | Faktör Yükleri | Ort. | Std. Sap. |
|---|----------------|------|-----------|
| Kompulsif Satın Alma (KMO: 0,886) | | | |
| 1. Ay sonunda ödemelerimi ve gerekli harcamalarımı yaptıktan sonra param kalırsa, onu da harcamak zorunda hissederim. | 0,752 | 2,17 | 1,35 |
| 2. Harcama alışkanlıklarımı öğrenmeleri durumunda insanların dehşete kapılacaklarını düşünürüm. | 0,744 | 2,07 | 1,27 |
| 3. Maddi gücüm yetmese bile bir şeyler satın alırım. | 0,839 | 1,93 | 1,19 |
| 4. Bankada satın almak istediğim şeyi karşılayacak param olmadığını bilsem bile çeşitli yöntemlere (kredi kartıyla ödeme, ek hesaptan kullanma veya çek yazma gibi) başvururum. | 0,832 | 1,95 | 1,29 |
| 5. Kendimi daha iyi hissetmek için bir şeyler satın alırım. | 0,665 | 2,49 | 1,38 |
| 6. Alışverişe gitmediğim günlerde, kendimi gergin ve endişeli hissederim. | 0,774 | 1,72 | 1,14 |
| 7. Kredi kartı ekstremine sadece minimum (asgari ödeme) tutarını öderim. | 0,577 | 2,10 | 1,39 |
| Açıklanan Varyans (%) | 55,563 | | |
| Cronbach' s Alpha | 0,859 | | |

Notlar: (i)n=402, (ii) Varimax Rotasyonlu Asal Bileşenler Analizi. (iii) KMO: 0,886, Barlett Testi=1156,858; p<0,001.

Tablo 5'deki verilere göre kompulsif satın alma etkisini belirten "Kendimi daha iyi hissetmek için bir şeyler satın alırım." ifadesi 2,49 ile ilk sırada, "Ay sonunda ödemelerimi ve gerekli harcamalarımı yaptıktan sonra param kalırsa, onu da harcamak zorunda hissederim." ifadesi 2,17 ile ikinci sırada, "Kredi kartı ekstremine sadece minimum (asgari ödeme) tutarını öderim." ifadesi 2,10 ile üçüncü sırada yer alırken, "Alışverişe gitmediğim günlerde, kendimi gergin ve endişeli hissederim." ifadesi 1,72 ile sonda yer almıştır. Ayrıca kompulsif satın alma ölçeğinin yapılan faktör analizi sonucunda orijinaline uygun bir şekilde tek boyuttan oluştuğu söylenebilmektedir. Ölçeğin ifadelerine ait faktör yükleri 0,4'ün üstünde olup ölçekten madde çıkarılmamıştır.

Tüketicilerin Moda ve Materyalizm Eğilimlerinin Kompulsif Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkileri:

Bu çalışmanın temel amacı tüketicilerin moda eğilimleri, materyalizm eğilimleri ve kompulsif satın alma davranışları arasında bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesidir. Bu bağlamda moda eğilimi, materyalizm eğilimi ve kompulsif satın alma ölçekleri arasında bir ilişkinin olup olmadığı Pearson korelasyon katsayısı kullanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 6: Moda Eğilimi, Materyalizm Eğilimi ve Kompulsif Satın Alma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

| | Moda Eğilimi | Materyalizm Eğilimi | Kompulsif Satın Alma |
|----------------------|--------------|---------------------|----------------------|
| Moda Eğilimi | 1 | 0,488** | 0,423** |
| Materyalizm Eğilimi | 0,488** | 1 | 0,470** |
| Kompulsif Satın Alma | 0,423** | 0,470** | 1 |

Not: **p<0,001

Yapılan Pearson korelasyon analizine göre, moda eğilimi ve materyalizm eğilim arasında (0,488) pozitif korelasyon olduğu ayrıca iki ölçek arasında istatistiksel bakımdan anlamlı (p<0,001) ilişki olduğu gözlemlenmekte, moda eğilimi ve kompulsif satın alma arasında (0,423) pozitif korelasyon olduğu ayrıca iki ölçek arasında istatistiksel bakımdan anlamlı (p<0,001) ilişki olduğu gözlemlenmekte ve materyalizm eğilimi ve kompulsif satın alma arasında (0,470) pozitif korelasyon olduğu ayrıca iki ölçek arasında istatistiksel bakımdan anlamlı (p<0,001) ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 7: Moda Eğiliminin Kompulsif Satın Alma Üzerindeki Etkisi

| | ΔR^2 | Bağımsız Değişkenler | B | Std. hata | t | F | P |
|----------------------|--------------|----------------------|-------|-----------|-------|--------|-------|
| Kompulsif Satın Alma | 0,179 | Sabit Terim | 0,516 | 0,172 | 2,533 | 86,955 | 0,000 |
| | | Moda Eğilimi | 0,565 | 0,061 | 7,713 | | |

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre moda eğilimi kompulsif satın alma davranışını olumlu şekilde etkilemektedir ve istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,001$). Bu bağlamda Tablo 7'deki sonuçlar, araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem için "Hipotez1: Tüketicilerin moda eğilimlerinin kompulsif satın alma davranışları üzerinde etkisi vardır." hipotezini desteklemektedir.

Tablo 8: Moda Eğilimi Boyutlarının Kompulsif Satın Almaya Etkisinin İncelenmesi

| Bağımlı Değişken | ΔR^2 | Bağımsız Değişkenler | B | Std. hata | t | F | P |
|----------------------|--------------|----------------------|--------|-----------|--------|--------|-------|
| Kompulsif Satın Alma | 0,213 | Sabit Terim | 0,799 | 0,197 | 4,059 | 26,883 | 0,000 |
| | | Moda Liderliği | 0,133 | 0,063 | 2,107 | | 0,036 |
| | | Moda İlgisi | 0,379 | 0,072 | 5,263 | | 0,000 |
| | | İyi Giyinmenin Önemi | -0,054 | 0,053 | -1,026 | | 0,305 |
| | | Moda Karşıtı Tutum | 0,057 | 0,049 | 1,145 | | 0,253 |

Tablo 8'e göre öne sürülen model istatistiksel bakımdan anlamlıdır ($p < 0,001$). Regresyon analizi sonuçlarına göre, ΔR^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve F (regresyon modelinin anlamlılık derecesi) değerleri tüketicilerin kompulsif satın alma davranışının moda eğilimi ölçeğinin alt boyutu olan moda ilgisi ile açıklanabileceğini göstermektedir. Kompulsif satın alma davranışı üzerinde en çok etkiye sahip olan alt boyut Moda İlgisi'dir (B: 0,379, t: 5,263, $p < 0,001$).

Tablo 9: Materyalizm Eğiliminin Kompulsif Satın Alma Üzerindeki Etkisi

| | ΔR^2 | Bağımsız Değişkenler | B | Std. hata | t | F | P |
|----------------------|--------------|----------------------|-------|-----------|--------|---------|-------|
| Kompulsif Satın Alma | 0,221 | Sabit Terim | 0,341 | 0,167 | 2,039 | 113,172 | 0,000 |
| | | Materyalizm Eğilimi | 0,660 | 0,062 | 10,638 | | |

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre materyalizm eğilimi kompulsif satın alma davranışını olumlu şekilde etkilemektedir ve istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,001$). Bu bağlamda Tablo 9'daki sonuçlar, araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem için "Hipotez2: Tüketicilerin materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın alma davranışları üzerinde etkisi vardır." hipotezini desteklemektedir.

Tablo 10: Materyalizm Eğilimi Boyutlarının Kompulsif Satın Almaya Etkisi

| Bağımlı Değişken | ΔR^2 | Bağımsız Değişkenler | B | Std. hata | t | F | P |
|----------------------|--------------|----------------------|-------|-----------|-------|--------|-------|
| Kompulsif Satın Alma | 0,248 | Sabit Terim | 0,466 | 0,169 | 2,758 | 43,667 | 0,006 |
| | | Başarı | 0,403 | 0,061 | 6,556 | | 0,000 |
| | | Merkeziyet | 0,015 | 0,062 | 0,236 | | 0,813 |
| | | Mutluluk | 0,210 | 0,062 | 3,404 | | 0,001 |

Öne sürülen model istatistiksel bakımdan anlamlıdır ($p < 0,001$). Regresyon analizi sonuçlarına göre, ΔR^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve F (regresyon modelinin anlamlılık derecesi) değerleri tüketicilerin kompulsif satın alma davranışının materyalizm eğilimi ölçeğinin alt boyutu olan başarı ile açıklanabileceğini göstermektedir. Kompulsif satın alma davranışı üzerinde en çok etkiye sahip olan alt boyut Başarı'dır (B:0,403, t: 6,556, $p < 0,001$).

Tablo 11: Moda Eğiliminin Materyalizm Eğilimi Üzerindeki Etkisi

| | ΔR^2 | Bağımsız Değişkenler | B | Std. hata | t | F | P |
|---------------------|--------------|----------------------|-------|-----------|--------|---------|-------|
| Materyalizm Eğilimi | 0,238 | Sabit Terim | 1,338 | 0,118 | 11,384 | 124,984 | 0,000 |
| | | Moda Eğilimi | 0,464 | 0,042 | 11,180 | | |

Yapılan regresyon analizi sonucuna göre moda eğilimi materyalizm eğilimini olumlu şekilde etkilemektedir ve istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,001$). Bu bağlamda Tablo 11'deki sonuçlar, araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem için "Hipotez3: Tüketicilerin moda eğilimlerinin materyalizm eğilimleri üzerinde etkisi vardır." hipotezini desteklemektedir.

Tablo 12: Moda Eğilimi Boyutlarının Materyalizm Eğilimine Etkisinin İncelenmesi

| Bağımlı Değişken | ΔR^2 | Bağımsız Değişkenler | B | Std. hata | t | F | P |
|---------------------|--------------|----------------------|-------|-----------|-------|--------|-------|
| Materyalizm Eğilimi | 0,246 | Sabit Terim | 1,203 | 0,137 | 8,782 | 32,308 | 0,000 |
| | | Moda Liderliği | 0,104 | 0,044 | 2,362 | | 0,019 |
| | | Moda İlgisi | 0,109 | 0,050 | 2,182 | | 0,030 |
| | | İyi Giyinmenin Önemi | 0,157 | 0,037 | 4,277 | | 0,000 |
| | | Moda Karşıtı Tutum | 0,140 | 0,034 | 4,078 | | 0,000 |

Öne sürülen model istatistiksel bakımdan anlamlıdır ($p < 0,001$). Regresyon analizi sonuçlarına göre, ΔR^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve F (regresyon modelinin anlamlılık derecesi) değerleri tüketicilerin materyalizm eğilimlerinin moda eğilimi ölçeğinin alt boyutu olan iyi giyinmenin önemi ve moda karşıtı tutum ile açıklanabileceğini göstermektedir. Kompulsif satın alma davranışı üzerinde en çok etkiye sahip olan alt boyut iyi giyinmenin önemi (B: 0,157, t: 4,277, $p < 0,001$).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Küreselleşmenin bir sonucu olarak ülkelerin ve toplumların ilişkileri yaygınlaşmış ve gelişmiştir. Gelişen ilişkiler kişilerin tüketim davranışlarını etkileyip değişime uğratmıştır. Kompulsif satın alma kavramı tüketim kültürünün etkisiyle dikkat çekmeyi başarmıştır. Kompulsif satın alma davranışı kişilerin hayatında ciddi sonuçlar doğurabilecek aşırı ve normal olmayan bir satın alma biçimidir. Bu nedenle kompulsif satın alma davranışının kavranması, tüketici davranışlarının anlaşılmasına yardımcı olarak hem işletmelerin kararlarını alırken dikkat ederek kar elde etmesini sağlayacak hem de toplum açısından huzura katkı sağlayacak olması bakımından önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, işletmeler ve diğer pazarlama çevreleri açısından oldukça fazla öneme sahip tüketicilerin moda eğilimlerinin ve materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın almalarına etkisi hakkında yapılan araştırmadan elde edilen verilerin istatistiksel analizleri yapılarak, elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Çalışmada tüketici davranışları, moda eğilimi, materyalizm eğilimi ve kompulsif satın alma konuları ele alınarak incelenmiştir. Çalışmanın uygulama bölümünde, Konya ilinde ikamet etmekte olan 18 yaşının üzerindeki tüketicilerin moda ve materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın almalarına etkisini tespit edilmesi amacıyla anket formu uygulanmıştır. Tüketicilerin hepsine ulaşmak zaman ve maliyete neden olmaktadır. Bu nedenle çalışma ana kütleyi temsil etme yeterliliğine sahip bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına dayanarak aşağıdaki değerlendirmeleri yapmak mümkün olmaktadır:

Araştırmaya katılarak anketi cevaplayanların çoğunluğu kadın tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırmanın bu yönüyle kadın tüketicilerin ilgisini daha çok çektiği söylenebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin çoğunluğu 18- 26 yaş aralığındaki tüketicilerden oluşmaktadır. Gençlerin eğilim ve tercihleri işletmeler açısından dikkat çekmekte çünkü pazarın önemli bir kısmını genç tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılım sağlayan tüketicilerin çoğunluğunu diğer gelir gruplarına kıyasla az bir farkla üstünlük sağlayan 2021-4040TL gelire sahip tüketiciler oluşturmaktadır. Literatürde yapılan birçok çalışma (Dittmar, 2005: 481; O'Guinn ve Faber 1989: 152; Mueller ve diğerleri, 2010: 141), kompulsif satın almanın her gelir grubunda görülebileceğini ifade etmiştir. Demografik özellikler kompulsif satın almayı etkileyen önemli bir unsurdur.

İşletmelerin hedef kitesini oluşturan tüketicilerin demografik özelliklerini inceleyip iyice özümseyerek pazarlama faaliyetlerinde bulunmaları başarı düzeylerini arttırmalarında yardımcı olacaktır.

Araştırma kapsamında yapılan korelasyon analizi sonucuna göre tüketicilerin moda eğilimleri, materyalizm eğilimleri ve kompulsif satın alma davranışları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sonrasında modelin açıklayıcı olup olmadığını tespit etmek amacıyla tüm değişkenler basit doğrusal regresyon analizinde ve çoklu regresyon analizinde değerlendirilmiştir.

Trautmann ve Johnson (2009: 271) moda ilgisi ve kompulsif satın alma arasında pozitif bir ilişki olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca Eroğlu (2015: 184) tüketicilerin moda eğilimlerinin kompulsif satın almalarına pozitif yönde etkide bulunduğunu vurgulamıştır. Bilgen (2014: 210) moda yöneliminin kompulsif satın alma üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir. Bu çalışmada moda eğiliminin kompulsif satın alma üzerinde pozitif bir etkisi olduğuna yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucu ulaşılmıştır. Bu bakımdan tüketicilerin moda eğiliminde görülebilecek olası bir artışın kompulsif satın almalarında da artışa neden olacağı söylenebilmektedir.

Moda eğilimi ölçeğinin moda liderliği, moda ilgisi, iyi giyinmenin önemi ve moda karşıtı tutum boyutlarının kompulsif satın almaya etkisini değerlendirebilmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Tüketicilerin moda eğiliminin alt boyutları olan moda liderliğinin, iyi giyinmenin öneminin ve moda karşıtı tutumun kompulsif satın alma üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre moda eğilimi ölçeğinin alt boyutlarından yalnızca moda ilgisi kompulsif satın alma üzerinde etkiye sahiptir. Bu bağlamda tüketicilerin moda ilgilerinde meydana gelecek olası bir artış kompulsif satın almalarını arttıracaktır.

Bozbay (2019:342) materyalizmin kompulsif satın alma üzerinde negatif yönlü etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir. Ancak literatürdeki birçok çalışmada (Balıkçıoğlu ve Devrimağ, 2019: 68; Kaderli vd., 2017: 207; Eroğlu, 2015: 183) tüketicilerin materyalizm eğilimlerinin kompulsif satın alma davranışlarını pozitif yönde etkilediği belirtilmiştir. Bu çalışmada materyalizm eğilimi ölçeğinin başarı, merkezîyet ve mutluluktan oluşan boyutlarının kompulsif satın almaya etkisini değerlendirebilmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu bağlamda tüketicilerin materyalizm eğilimlerinin alt boyutlarından merkezîyetin ve mutluluğun kompulsif satın alma üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre materyalizm eğilimi ölçeğinin alt boyutlarından yalnızca başarı kompulsif satın alma üzerinde etkiye sahiptir. Dolayısıyla tüketicilerin başarı olarak açıklanabilen sahip olduklarında meydana gelecek olası bir artış kompulsif satın almalarını arttıracaktır.

Moda eğilimi ölçeğinin moda liderliği, moda ilgisi, iyi giyinmenin önemi ve moda karşıtı tutum boyutlarının materyalizm eğilimlerine etkisini değerlendirebilmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu bağlamda tüketicilerin moda eğilimlerinin alt boyutlarından moda liderliğinin ve moda ilgisinin kompulsif satın alma üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre moda eğilimi ölçeğinin alt boyutlarından iyi giyinmenin önemi ve moda karşıtı tutum boyutlarının materyalizm eğilimi üzerinde etkiye sahiptir. Dolayısıyla tüketicilerin iyi giyinmeye verdikleri önemde ve moda karşıtı tutumlarında meydana gelecek değişikliklerin materyalizm eğilimlerine etkide bulunacağı söylenebilmektedir. Öztürk ve Nart (2016: 51) öğrencilere uyguladığı çalışmasında materyalizm eğilimlerinin moda giyim ilgilimleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu ifade etmiştir.

Çalışmanın temelini tüketicilerin eğilimleri oluşturmaktadır. Ancak satın alımın gerçekleşebilmesi için satış yapan tarafın nitelikleri de önem taşımaktadır. Satışın gerçekleştiği ortamın durumuna ait etkenler de satış üzerinde etkili olabilmektedir. Satışın gerçekleştiği mekanın özellikleri, satış yapan kişinin özellikleri tüketicilerin kompulsif satın alımına yansımalarının nasıl olacağı gelecekteki çalışmalar için çalışma konusu olabilir.

Kompulsif satın alma davranışında moda ve materyalizmin etkili olduğu sonucundan hareketle işletmelerin stratejilerini oluştururken, tüketicilerin moda ve materyalizm eğilimlerini dikkate almaları gerektiği söylenebilir. Bundan sonraki yapılacak olan çalışmalar kompulsif satın almada etkisi olan diğer değişkenlere odaklanabilir, çalışma farklı örneklem üzerinde uygulanabilir. Ayrıca literatürdeki mevcut ölçüklerin Batı ülkelerine yönelik tasarlanmasından dolayı sonraki çalışmalarda Türkiye'deki tüketiciler için yeni ölçük tasarlanması faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aziz, A. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri (9.Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Balıkçıoğlu, B., & Devrimağ, E.(2019). Boşanmanın Genç Yetişkinlerin Öz-Saygı, Materyalizm ve Kompulsif Satın Alma Eğilimleri Üzerindeki Etkisi1.
- Barbarosoğlu, F. K. (1995). Modernleşme sürecinde moda ve zihniyet (Vol. 28). İz Yayıncılık.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of business research*, 67 (8), 1595-1600.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer research*, 12(3), 265-280.
- Bhardwaj, V. ve Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The international review of retail, distribution and consumer research*, 20(1), 165-173.
- Bilgen, Ebru (2014). Kompulsif satın alma üzerinde materyalizm, statü tüketimi, moda yönelimi ve paraya yönelik tutumun etkisi, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Billieux, J., Van der Linden, M. ve Rochat, L. (2008). The role of impulsivity in actual and problematic use of the mobile phone. *Applied Cognitive Psychology*, 22(9), 1195-1210.
- Bozbay (2019) Z. Kişilik Özellikleri, Materyalizm Ve Statü Tüketiminin Kompulsif Satın Alma Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37), 333-345.
- Browne, B. A. ve Kaldenberg, D. O. (1997). Conceptualizing self-monitoring: Links to materialism and product involvement. *Journal of Consumer Marketing*, 14(1), 31-44.
- Crane, Diana (2003). *Moda ve Gündemleri: Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik*. (Çeviren: Özge Çelik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dittmar, H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment*, 411-450.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying—a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 96(4), 467-491.
- Easey, M. (2009). An introduction to fashion marketing. *Fashion marketing*, 3-17.
- Eroğlu, Filiz (2015). Kompulsif satın alma eğiliminde kişisel faktörlerin, postmodern tüketim şekillerinin ve bir pazarlama çabası olarak reklamın rolü, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Faber, R. J., & O'guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of consumer Research*, 19(3), 459-469.
- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R. ve Clark, R. A. (2012). Materialistic, brand engaged and status consuming consumers and clothing behaviors. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(1), 102-119.
- Gutman, Jonathan ve Mills, Michael K. (1982). Fashion Life Style, Self-Concept, Shopping Orientation, and Store Patronage: An Integrative Analysis. *Journal of Retailing*, 58(2), 64-86.
- Hoch, S. J. ve Loewenstein, G. F. (1991). Time-inconsistent preferences and consumer self-control. *Journal of consumer research*, 17(4), 492-507.
- Işık, E., Ender, T. ve Işık, U. (2008). *Güncel Klinik Psikiyatri* (2.Baskı). İstanbul: Golden Print Matbaası.
- İslamoğlu, A. Hamdi ve Alınçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş..
- Jackson, T. (2007). The process of trend development leading to a fashion season. In *Fashion Marketing* (pp. 192-211). Routledge.
- Kaderli, Y., Armağan, E. A., & Küçükkambak, S. E. Y Kuşağının Kompulsif Satın Alma Davranışına Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(2), 188-210.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D. ve Serpe, R. T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163(10), 1806-1812.
- Korur, M. G. ve Kimzan, H. S. (2016). Kompulsif satın alma eğilimi ve alışveriş sonrası pişmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: avm müşterileri üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 43-71.
- Michon, R., Chebat, J. C., Yu, H. ve Lemarié, L. (2015). Fashion orientation, shopping mall environment, and patronage intentions: a study of female fashion shoppers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(1), 3-21.
- Mortelmans, D. (2005). Sign values in processes of distinction: The concept of luxury. *Semiotica*, 2005(157), 497-520.
- Muncy, J. A. ve Eastman, J. K. (1998). Materialism and consumer ethics: An exploratory study. *Journal of Business Ethics*, 17(2), 137-145.
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., Bleich, S., Glaesmer, H., Exner, C. ve de Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry research*, 180(2), 137-142.
- Nakip, Mahir (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler Ve SPSS Destekli Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- O'Cass, A. (2004). Fashion clothing consumption: antecedents and consequences of fashion clothing involvement. *European Journal of Marketing*, 38(7), 869-882.

- O'Guinn, T. C. ve Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of consumer research*, 16(2), 147-157.
- Özdamar, Kazım (2002). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi (4.Baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Öztürk, A., & Sima, N. A. R. T. (2016). Materyalizm-Moda Giyim ilgilenimi-Plansız Satına Alma İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(3).
- Park, H. J. ve Davis Burns, L. (2005). Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying. *Journal of Consumer Marketing*, 22(3), 135-141.
- Parker, R. S., Haytko, D. ve Hermans, C. (2010). The perception of materialism in a global market: A comparison of younger Chinese and United States consumers. *Journal of international business and cultural studies*, 3, 1.
- Purutçuoğlu, E. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ve Materyalist Eğilimleri ile Çevreye Yönelik tutum ve Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Richins, M. L. (1994). Valuing things: The public and private meanings of possessions. *Journal of consumer research*, 21(3), 504-521.
- Richins, M. L. ve Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of consumer research*, 19(3), 303-316.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of consumer Research*, 35(4), 622-639.
- Samstag, R. W., Dittmar, D. F., Vitasovic, Z., & McCorquodale, J. A. (1992). Underflow geometry in secondary sedimentation. *Water environment research*, 64(3), 204-212.
- Saygılı, S. (2001). Ruh hastalıkları ve Korunma Yolları (1.Baskı). İstanbul: TÜRDAV A.Ş..
- Sherman, E., Mathur, A. ve Smith, R. B. (1997). Store environment and consumer purchase behavior: mediating role of consumer emotions. *Psychology & Marketing*, 14(4), 361-378.
- Shoham, A. ve Makovec Brenčič, M. (2003). Compulsive buying behavior. *Journal of consumer marketing*, 20(2), 127-138.
- Stoel, M. D., & Muhanna, W. A. (2009). IT capabilities and firm performance: A contingency analysis of the role of industry and IT capability type. *Information & Management*, 46(3), 181-189.
- TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi ve Alman Kültür Merkezi. (2005). Gelenek, İşlev ve Moda Arasında Günümüz Konut Kültürü. Ankara: Yalçın Matbaacılık.
- Torlak, Ö. (2000). Tüketim: Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü. İstanbul: İnkılab Yayınları.
- Trautmann, A. J., & Johnson, T. W. (2009). Compulsive consumption behaviours: Investigating relationships among binge eating, compulsive clothing buying and fashion orientation. *International Journal of Consumer Studies*, 33(3), 267-273.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2018). Yıllara Göre İl Nüfusları 2000-2018. www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist, Erişim Tarihi: 15.04.2019.
- Workman, L. (2010). Compulsive buying: a theoretical framework. *The Journal of Business Inquiry*, 9(1), 89-126.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S., (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksel, N. (2006). Ruhsal Hastalıklar (3.Baskı). Ankara: MN Medikal&Nobel Tıp Kitap Sarayı.

A Situation Analysis On The Convenience Of The Hotel Businesses' Accessibility Standards: Case Of Konya Province¹

Otel İşletmelerinin Erişilebilirlik Standartlarının Uygunluğu Üzerine Bir Durum Analizi: Konya İli Örneği

Mete SEZGİN*
Şeyda SARI**
Mahmut CİDEROL***

ÖZ

Sadece Avrupa'da değil, aynı zamanda tüm dünyada artan yaşlı ve engelli nüfusun özel bir destek ve hizmete ihtiyacı bulunmaktadır. Turizm endüstrisinde de erişilebilir bir turizm olarak yeni ortaya çıkan ve gelişen Erişilebilir Turizm yeni bir pazar geliştirmiştir. Erişilebilir turizm, mobilite, vizyon, işitme ve bilişsel boyut da dahil olmak üzere erişim gereksinimlerine sahip kişilerin, evrensel olarak tasarlanmış turizm ürünlerinin, hizmetlerinin ve ortamlarının teslimi yoluyla bağımsız, eşit ve saygın bir şekilde işlemlerini sağlamaktadır. Uluslararası erişilebilirlik standartlarına uygun olarak bu çalışmanın amacı; Konya ilindeki 30 otelin otopark alanları, yaya yolları ve kaldırımları, basamakları ve merdivenleri, otellerdeki toplam oda sayıları, otellerin sınıflandırılması ve engelli asansörlerin durum analizleri yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, çoğu otelin erişilebilirlik standartlarına uygun olmadığı ancak bunun için istekli oldukları ve yetkili kişilerin bu konuya daha çok önem vermeleri gerektiği ortaya çıkmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Uluslararası Erişilebilirlik standartları, Engelli, Erişilebilir Turizm, Turizm

ABSTRACT

The growing population of elderly and disabled people not only in Europe but also all over the world needs a special support and service, developed the new emerging new niche as an accessible tourism in tourism industry. Accessible tourism enables people with access requirements, including mobility, vision, hearing and cognitive dimension of access, to function independently and with equity and dignity through the delivery of universally designed tourism products, services and environments. In accordance with the International accessibility standards this study aims to do a situation Analysis on the 30 hotels' Parking Areas, Pedestrian Roads and Sidewalks, Steps and Stairs, Total Room Numbers in the Hotels, The Classification of the Hotels and the Disabled Elevators in the Hotels in the province of Konya.

KEYWORDS

International Accessibility Standards, Disabled, Accessible Tourism, Tourism

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 10.04.2019 | 08.11.2019 |
| Atıf | Sezgin, M., Sari, Ş. ve Ciderol, M. (2019). A Situation Analysis On The Convenience Of The Hotel Businesses' Accessibility Standards: Case Of Konya Province. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 704-712. |

¹ This Paper is presented in Second International Conference on Global Tourism and Sustainability.

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, metesezgin@hotmail.com, ORCID:0000-0001-9079-2520

** Arş. Görv. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, seydasari@hotmail.co.uk, ORCID:0000-0001-9290-9809

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, mahmutciderol@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9369-1258

INTRODUCTION

According to United Nations World Tourism Organization (2011) (UNWTO), tourism which is a central economic driver for socio-economic development in a variety of areas and destinations throughout the world, is a diverse industry. With airlines, travel and tour agents, hotel industry, ferry companies, information technology industry and host community of tourism destination, tourism is a whole transportation action. Akgungor, Candemir, Goksu Ozgen, (1998) states that the emerging original and different niche for accessible tourism in the tourism industry is developed by means of the need of special support and services throughout the world by disabled and elderly people. Thanks to accessible tourism people have the opportunity to have to access requirements, including mobility, vision, hearing and cognitive dimension of access, to function independently and with equity and dignity through the delivery of universally designed tourism products, services and environments. Individuals with wheelchairs, other devices or disabled tourists who use aids are included (Akgungor, Candemir, Goksu Ozgen, 1998).

As all tourists, tourists who have disabilities also desire to spend their time without any restriction in popular tourist destinations. Again Akgungor, Candemir, Goksu Ozgen, (1998) reports that the disabled tourists need specific assistance and support at specific destination. The specific support to disabled tourist depends on the standard service of public transportation, accommodation and travelling services. Nevertheless, the core of service provider should include extra service, gift, bonus or economic benefits. Natural disasters, wars and birth related disabilities are some of many reasons that increase the population of the human beings with disabilities, worldwide. The development of positive attitudes towards disabilities and legal regulations for infrastructure has also reflections to tourism industry and the market of people with disabilities (PWD) has become an important niche market for tourism. Comprising especially developing countries, many states make an effort for this group to participate into tourism. The current situation is that tourism facilities are generally designed for people who do not have disabilities and therefore when PWD participates tourism activities they have difficulties. To overcome these difficulties and challenges certain arrangements should be done.

1. DISABLED AND ACCESSIBLE TOURISM

1.1. DISABILITY

Burnett & Baker , (2001) indicates that disability is hypothesized as being a multidimensional experience for the person involved. There may be effects on organs or body parts and there may be effects on a person's participation in areas of life. As in Buhalis, Michopoulou, Eichhorn & Miller, (2005) similarly, in International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF) three dimensions are determined which are: body structure and function (and impairment thereof), activity (and activity restrictions) and participation (and participation restrictions). As it is mentioned in the ICF the role of physical, social and environmental factors have significant role in participation the activities (Darcy, & Dickson, 2009).

1.2. DISABILITY IN TOURISM

Because there are increasing number of studies on tourism and disability, these studies gained importance in the last two decades. According to Australian Bureau of Statistics, (2004) tourists with disabilities, their motivations and information needs; market dynamics; cross-country comparisons; approaches to disability discrimination; general and supplier attitudes towards people with disabilities (PWD); whole of life approaches, and the specific needs of people with vision impairment. The following notable studies have identified the constraints faced by tourists with disabilities as (Daniels, Rodgers & Wiggins 2005) market dynamics (Burnett & Baker, 2001) motivations information needs, cross-country comparisons. These are some of the areas that are under attention.

1.3. ACCESSIBLE TOURISM

Thanks to Accessible tourism people have the opportunity to have access requirements, including mobility, visualization, hearing and intellectual aspect of access, to function independently and with fairness and self-respect through the delivery of unanimously designed tourism products, services and environments. It includes people in wheelchairs self-sufficiently or with helper, walking stick or aids, disabled tourist with trolleys and weighty luggage, visual and hearing impairments, seniors, families with pushchairs and, pregnant women who can frequently move anywhere as their wish.

According to the purpose of the necessary data or variety of classifications the description of disability generally varies as it is stated in (Akgungor, Candemir, Goksu Ozgen, 1998).

In addition, impairment is defined as any loss or abnormality of Psychological, physiological or anatomical structure of function (International Classification of Impairments, Disabilities, and Handicaps, 1976). For a long decades accepting and appreciating the meaning of disability as part of human life span has been part of research and policy. Although accessible tourism is a new emerging issue all over the world, most of the countries are pursued the by the law in tourism destination providing barrier free access at destination. As a consequence of all these portions and policies A whole of life approach of accessible tourism is estimated that nearly 30% of a population will have access requirements at any point in time, and most people will have a disability at some stage during their life.

1.4. ACCESSIBLE TOURISM MARKET IN THE WORLD

With the United Nations Convention on the Rights of People with Disabilities the awareness of ‘ Accessible Tourism For All’ became common throughout the world (ADA, Americans with Disabilities Act, 2010). Despite the fact that accessible tourism has a rather high market in terms of tourism the academic studies, which are conducted, are inadequate (ADA, Americans with Disabilities Act, 2010). By the European Commission where a stakeholder analysis has provided an insight into the complexities of accessible tourism, the understanding of the importance of tourism market has gained importance through the research commissioned. Globally, there are around 1 billion people with disabilities and the World Health Organization estimates that one in four households have a disabled member (World Health Organization and World Bank, 2011). This implies that on a daily basis 2 billion people live with disability, either directly or indirectly. Aging because of increasing of chronic health problems worldwide is one of the other reasons that increase the number who have disabilities. World Health Survey defines that the number of people living with disabilities over the age of 15 as 785 million (15.6 per cent) and Global Burden of Disease (Global Burden of Disease) study estimates the number of people with disabilities as 975 million (19,2 per cent). Therefore as it is mentioned before conducted studies always imply the rapid increase of people with disabilities. The total number of disabled people is nearly half of the world's population, if restricted number of elderly people, pregnant women, children and their families are added. The governments have the responsibility to provide accessible tourism for disabled people (World Health Organization and World Bank, 2011). People who have disabilities are assumed, as the world's largest minority by the United Nations and therefore, it became the world's largest special market for the tourism industry. As it is valid in all areas in tourism also legislations, which are effective for people with disabilities, have been neglected for many years and the implementation of legal regulations to take effect gradually started slowly. However, legal regulations participated the people with disabilities have become much more mobile than in the past and gained the various economic and social benefits, in the increasingly closer to travel and tourism activities . Businesses in the tourism sector compete intensely with each other on quality, price, service offering and the charm. Accessible businesses provide an additional attraction for the customers and gain a significant competitive advantage. Likewise, the current level of access to tourism enterprises can vary considerably. Disabled people create large and growing market for both business and leisure travel in the world and the European Union. Researches show that people with disabilities are loyal customers and they go to again destinations that offer good accessible facilities (ADA) Americans with Disabilities Act, 2010).

2. INTERNATIONAL ACCESSIBILTY STANDARDS FOR HOTEL BUSINESSES

2.1. Parking Area

If the guest is coming with his/her guest to the hotel, parking areas (Darcy & Dickson, 2009) gain importance within the framework of accessibility. It is more economical to allocate parking space for people with disabilities in the public car parks, as parking for the disabled only have a high cost nowadays. According to Article 4 of the parking regulation; It is necessary to allocate 5% of all parking area for the disabled. United Nations suggested to allocate at least 1 car park area in the parking areas which have smaller paces than 50 vehicles, for 50 vehicles at least 1 parking area for the disabled in the areas which are for between 50- 400 vehicles.

According To The US Barriers To Accessibility Standards in Davies & Beasley, (1994) the number of parking spaces that should be for the disabled in the hotels according to the total number of parking spaces is given below Dunya Engelliiler Vakfi (DEV), (2010) and Americans with Disabilities Act (ADA), (2010).

Table 1: Parking Area Standards for Disabled

| Number of Total Parking Area | Minimum Disabled Parking Space |
|------------------------------|--|
| Between 1-25 | 1 |
| Between 26-50 | 2 |
| Between 51-75 | 3 |
| Between 76-100 | 4 |
| Between 101-150 | 5 |
| Between 151-200 | 6 |
| Between 201-300 | 7 |
| Between 301-400 | 8 |
| Between 401-500 | 9 |
| Between 501-1000 | 2% of the total |
| Above 1000 | 1 disabled park area for each 100 parking area above 20 and 1000 |

Resource: ADA, 2010:65

2.2. Pedestrian Roads and Sidewalks

In order for pedestrians and sidewalks to be suitable for the use of disabled, it is first necessary to arrange these areas in such a way that the wheelchair can be comfortably moved. According to, World Foundation for the Handicapped, Accessible Design Guide, and the width of the pedestrian path should be at least 1.1 m. This minimum width is necessary for pedestrians using a wheelchair and passing by. The preferred width for a pedestrian using a wheelchair and passing by is 1.5 m . According to WHO, (2012) the minimum width for a wheelchair user is 90 cm, while a width of 120 cm is required for side-by-side movement of a wheelchair user, and a width of 150 cm is required for a two-wheelchair to pass side by side. In addition, a disabled person using a cane requires an area of about 70 cm to walk and a person who uses an armchair require a width of 80 cm. According to Turkish Standards, the width of the road to be watched at the entrance should be at least 3cm and at least 2m in the garden roads

2.3. Steps and Stairs

Where the ramp length exceeds 2 m, it is necessary to have alternative stepped entrances. Constant step sizes make it very convenient for people with disabilities. At the same time, the physically handicapped, who are able to walk, instead of the long ramps. prefer to use the stairs where there are not too many steps made in accordance with the rules. Similarly, visually impaired people can use a properly constructed stairs easier. In this respect, rather than simply crossing the level differences with ramps, ramps and stairs need to be arranged together.

Stairs are also the most problematic, issue for the disabled

Escalators are not suitable for disabled The stairs used by the visually impaired should be planned perpendicular to the walking direction to allow them to approach from the side. If this is not possible, the starting point of the stairs should be very well specified with suitable materials and equipment (UNWTO , 2011).

2.4. Disabled Elevators

For many years in our country, the disabled and the relations with the buildings and the environments that they have been trying to reach have been tried to be provided with ramps which are generally designed incorrectly and can not be used. Ramps that were improperly engineered and generally added later on the structure were particularly impractical in terms of the use of disabled. If the structures are multi-storied, the function of the ramps has completely disappeared. This has often been attempted to overcome in ways such as back or lapping for disabled, and in some rare cases they have been moved from point to point in unsafe ways with simple crane and lever assemblies. However, for the last 10 years, disabled elevators depending on the development of the community have been started to be recognized and used. Although there re no standards or regulations in our country regarding disabled elevators, platform-type disabled lifts operating vertically are partly covered. Disabled elevators work with 2 principles. The first type is elevators with a hydraulic motion mechanism working in the vertical direction and generally has 5 stops and a travel distance

of 15 m. The second type is single or multi-rail systems that are installed parallel to the stair or ramp profiles (WHO, 2012)

3. INTERNATIONAL SYMBOLS RELATED TO DISABLED

There are some signs that direct our daily lives. These signs are informatory signs, signage, signboards that shows places and similar signage Signs are generally salient, easy to read, unspecified and brief. Some International symbols are as follows. In this context signs and their must features are as follows;

Fig 1: International Symbols Related To Disabled



Resource: Turkey disabled’s Education and Solidarity Foundation 2009:36

Signage:

- They should be consistent.
- The highest reading rate should be between 90-140 cm.
- There should be a color difference between the board and its frame
- The alphabet used in the signs should be clear.

Sensory Signs

- In terms of the standard alphabet and numbering, the letters should be 1.6-5 cm in size and at least 0.8 mm in anaglyph.

Signboards That Show Places

- Symbol / numbers embroidered on the inclined surface should be 100 cm high.

4. METHODOLOGY

4.1. The Purpose and the Significance of the Study

The purpose of the study is to do a situation analysis on the accessibility standards of Hotel businesses within the framework of Accessible Tourism in the province of Konya. Therefore; the significance of the study is to find out whether the hotel businesses in Konya province are in accordance with the international accessibility standards and to reveal the potential of hotel businesses towards disabled in the Province of Konya and also to contribute to the literature and the sector by determining the deficits in disabled tourism applications.

4.2. Research Design /Method

To find out the appropriateness for accessible tourism of the hotel Businesses in Konya, this study is performed as quantitative field research. First of all, the evaluation form was prepared on the hotel businesses’ convenience to international accessible standards by benefiting from European Union, American disabilities Act and The Institution of Turkish Standards. To determine in which hotel businesses these forms should be conducted The list of current hotels which are Tourism And Municipal Certified Hotels were taken into consideration from The Ministry Of Culture And Tourism. Towards the data obtained from The Ministry of Culture and Tourism either with direct communication or via fax or e-mail these evaluation forms were conducted. Again the obtained data were analyzed by using SPSS 21. Programme.

4.3. Sample of the Study

The study sample consists of the Hotel Businesses in the province of Konya which own either Tourism Establishments Certificate or Municipal Certificate. The population of the study is 37 hotels, which have

Tourism Establishments Certificates, and 79 Municipally certificated hotels in the province of Konya. The sample of the study consists of only 30 hotels, which have either Tourism Establishments Certificates or Municipal Certificates. The list of the hotels are as follows;

Table 2: Sample of the Study

| Place | Classification | Number |
|-------|--------------------------|--------|
| KONYA | 3 Starred | 8 |
| KONYA | 4 Starred | 9 |
| KONYA | 5 Starred | 5 |
| KONYA | Boutique Hotels | 1 |
| KONYA | Municipally Certificated | 7 |

4.4. Limitations of the Study

As in almost every study, this current study may have some limitations. This study is conducted with only 30 hotels out of 37 hotels, which have either Tourism Establishments Certificates, or 79 Municipally certificated hotels in the province of Konya, which have variety of features. The evaluation form, which was prepared to evaluate the convenience of hotel businesses in the province of Konya to the international accessibility standards, takes time and effort. Therefore; some of the hotels rejected to participate in the research both because of the company policy and some shortcomings in the standards of international accessibility standards. Another limitation of the study is the drawback of the hotels in case the shortcomings were reported to the related departments.

5. FINDINGS

Findings of the study consist of the quantitative data obtained from the evaluation forms conducted to determine the convenience of the hotels businesses in the province of Konya to the international accessibility standards.

5.1. Total Room Numbers in the Hotels

The room numbers of hotel businesses, which were subjected to the evaluation form, are as follows;

Table 3.:Total Room Numbers in the Hotels:

| | Frequency | Percentage |
|-----------------|-----------|------------|
| Between 1-79 | 10 | 33,3 |
| Between 80-159 | 6 | 2 |
| Between 160-239 | 9 | 3 |
| Between 240-319 | 5 | 1,6 |
| Total | 30 | 100,0 |

When the total number of the room numbers of the hotel businesses, which participated in the study, examined, hotel businesses 33,3, % own rooms between 1-79, 2% of the hotels own room numbers between 80-159, 3% of the hotel businesses own room numbers between 160-239, and 5% of the hotels own rooms between 240-319.(Table 3)

5.2. The Classification of the Hotels

Hotels, which participated in the study and answered the evaluation forms, are stated in the following table;

Table 4: The Classification of the Hotels

| Place | Stars | Frequency | Percentage |
|-------|--------------------------|-----------|------------|
| KONYA | 3 | 8 | 2,6 |
| KONYA | 4 | 9 | 3 |
| KONYA | 5 | 5 | 1,6 |
| KONYA | Boutiques | 1 | 0,3 |
| KONYA | Municipally Certificated | 7 | 2,3 |
| TOTAL | | 30 | |

When the hotel classification within the framework of the hotels which participated in the study examined, it is seen that 2,6 % of the hotels in Konya are 3 starred, 3% of the hotels are 4 starred, 1,6 % of the hotels are 5 starred, 0,3 % of the hotels are boutique hotels and 2, 3 % of the hotels are Municipally certificated.

5.3. Parking Areas in the Hotels

Table 5: Parking Areas in the Hotels

| Parking Area | Frequency | Percentage |
|----------------|-----------|------------|
| Convenient | 14 | 46,6 |
| Not Convenient | 16 | 53,4 |
| Total | 39 | 100,0 |

Within the framework of the study when the findings which belong to the hotels that participated in the study, out of 30 hotels only 14 of the hotels have convenient parking areas according to the international standards in terms of both their enough dimensions and their appropriateness for the usage of disabled. 14 of the hotels either don't have convenient parking area dimensions or they lack parking areas.

5.4. Pedestrian Roads and Sidewalks in the Hotels

One of the issues that should be examined within the framework of hotels' accessibility standards are the convenience of Pedestrian Roads and sidewalks. This study consists of the convenience of Pedestrian Roads and Sidewalks in terms of their width-depth-height values.

Table 6: Pedestrian Roads and Sidewalks in the Hotels

| Pedestrian Roads and Sidewalks | Frequency | Percentage |
|--------------------------------|-----------|------------|
| Convenient | 18 | 60 |
| Not Convenient | 12 | 40 |
| TOTAL | 30 | 100,0 |

When the hotels convenience to the accessibility standards are examined, it is seen that out of 30 hotels in the province of Konya, 18 of the hotels have convenient dimensions of Pedestrian Roads and Sidewalks and 12 of the hotels don't have convenient dimensions for the disabled.

5.5. Steps And Stairs In The Hotels,

Within the framework of the international accessibility standards, hotels' steps and stairs convenience for the disabled use is examined. The hotels inside steps and stairs' and outside steps and stairs 'width-depth-height values. are taken into account. Findings obtained are as follows;

Table 7: Steps And Stairs In The Hotels

| | Frequency | Percentage |
|----------------|-----------|------------|
| Convenient | 16 | 53,4 |
| Not Convenient | 14 | 46,6 |
| Total | 30 | 100,0 |

As it is seen in the table 7, 16 of the hotels which participated in the study have convenient steps and stairs for the disabled use in terms of their width-height and depth values and 14 of the hotels are not convenient.

5.6. Disabled Elevators in the Hotels

Table 8: Disabled Elevators in the Hotels

| Elevators | Convenient | Not Convenient | Total |
|---------------------|------------|----------------|-------|
| Dimensions/Features | 11 | 19 | 30 |
| Mirrors | 18 | 12 | 30 |
| Audio Alarm Systems | 16 | 14 | 30 |

As it is seen in Table 8, elevators for disabled in the Hotels are examined in terms of elevator dimensions, mirrors in the elevators and Audio Alarm Systems in the elevators. According to the table, 11 hotels are evaluated as convenient and 19 of them evaluated as not convenient in terms of the elevators' dimensions. 18 hotels have mirrors in their elevators, 12 hotels don't have mirrors in their elevators and 16 hotels have Audio Alarm Systems.

CONCLUSION

To conclude, there are many issues to discuss on the Convenience of the Hotel Businesses' Accessibility Standards. In our study some of the issues as total Room Numbers in the Hotels, Steps and Stairs in the Hotels, The Classification of the Hotels, Pedestrian Roads and Sidewalks in the Hotels, Disabled Elevators in the Hotels and parking areas are discussed. It is seen that in the province of Konya many hotels are aware of the international standards however because of some limitations they can't meet all the standards. All barriers should be reduced to gain some market shares of people with disabilities. As is stated in (Bulgan & Carikci, 2015) providing the necessary structural and service elements for individuals with disabilities to perform tourism activities without any difficulties like other healthy individuals is a prerequisite for countries to benefit from disabled tourism in tourism sector. Legal and administrative arrangements plays an important role to receive this market and universal design for people with disabilities' active participation should be enacted as accessible transportation and transportation systems, environmental and structural spaces, and touristic destinations. As this is a chain system these dynamics should be arranged carefully. If Turkey's situation is considered, Turkey has positive seasonal features, perfect and original enterprises and entrepreneurs and therefore she has the ability receive a significant share from accessible tourism market from public and private sectors. Lately, the legal regulations (laws, regulations, circulars, etc.) have gained momentum, and have begun to change viewpoints for the involvement of disabled. If work on necessary but not sufficient legal regulations, environmental and public spaces, the structural areas, transportation systems and tourist destinations don't lose motivation, the Turkish tourism sector may have the chance to take a significant share from the accessible tourism market nationally and internationally. It shouldn't be forgotten that all these arrangements are planned to fulfill the fundamental right of all people to participate in travel and tourism activities.

Efforts should be made to implement necessary and sufficient legislations, structures and vehicles in universal design which will upgrade the quality of life and to benefit from tourism activities of people with disabilities. Thus leadership of the Ministry of Culture and Tourism and being in coordination and cooperation with all stakeholders is important. Otherwise, it will be impossible to get a significant share from accessible tourism market, which is a very important and specialist market and to realize the tourism vision of Turkey in 2023. In addition, it is estimated that the number of disabled population will increase gradually (Burnett & Baker 2001: 4). Therefore, it is foreseen that disabled individuals have an important market share in the tourism sector and countries that want to get a share from this market segment in the coming centuries will be competing with each other.

REFERENCES

- ADA (Americans with Disabilities Act). (2010). 2010 ADA Standards for Accessible Design.
- Akgungor, S., Candemir, A and Goksu Ozgen, I. (1998). Turizmde Yeni bir Boyut Ozurluler icin Turizm Olanakları: Ege Bolgesi Alan Araştırması. Ege Üniversitesi Araştırma Fon Saymanlığı 98/İKT 001 No2lu Proje
- Australian Bureau of Statistics. (2004). Disability ageing and careers summary of findings, 2003 (Cat. No. 4430.0). Canberra, Australia: Author.
- Buhalis, D., Michopoulou, E., Eichhorn, V. and Miller, G. (2005). Accessibility market and stakeholder analysis, One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE). Surrey, United Kingdom: University of Surrey.
- Bulgan, G. and Carikci, İ. H. (2015). Handicapped Tourism – A Research In Four -Star And Five - Star Hotels Of Antalya. Mehmet Akif University Social Sciences Journal 7-13.
- Burnett, J. J. and Baker, H. B. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. Journal of Travel Research, 40, 4e11.
- Daniels, M.J., Rodgers D., E.B. and Wiggins, B.P. (2005). ‘Travel Tales’: An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons with Physical disabilities. Tourism Management, 26:919-930
- Darcy, S. and Dickson,T. (2009). “A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences”, Journal of Hospitality and Tourism Management, 16(1), 32-44
- Davies, T.D. and Beasley, A.KC (1994). Accessible Design for Hospitality: Planning accessible Hotels, Motels and other Recreational Facilities. USA: McGraw-Hill, Inc.
- DEV (Dunya Engelliler Vakfi). (2010). Engelsiz Tasarım Kılavuzu. Istanbul: DEV Turkiye
- International Classification of Impairments, Disabilities, and Handicaps: A manual of classification relating to the consequences of disease Published in accordance with resolution WHA29. 35 of the Twenty-ninth World Health Assembly, May 1976,WHO-1980
- UNWTO ,(2011). Accessed02.02.2012.<http://unwto.org/en> Victorian Employers’ Chamber of Commerce and Industry (VECCI), Free accessible tourism, Accessed13.2.2012
- WHO, 2012. “2011 Summary World Report On Disability”, World Health Organization, Malta.
- World Health Organization and World Bank (2011). World Report on Disability. Geneva: World Health Organization.

Çalışanların Duygusal Emek Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi¹

Investigating The Emotional Labor Levels of Employees in Terms of Some Demographic Variables

Hüseyin ASLAN*
İbrahim Sani MERT**

ÖZ

Bu çalışmanın amacı demografik değişkenlerin çalışanların duygusal emek kullanım düzeylerine olan etkisi belirlenmeye çalışmaktır. Bu amaçla Gaziantep, Adana ve Osmaniye illerindeki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan 549 kişiden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Verilerin analizi neticesinde yaş, cinsiyet, işletmedeki pozisyon, toplam çalışma süresi ve sektör tecrübesinin duygusal emek kullanım düzeylerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

Duygusal Emek, Yaş, Cinsiyet, Sektör Tecrübesi

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of the intended demographic variables on the levels of emotional labor use of the employees. For this purpose, 549 participants working in four and five star hotels in Gaziantep, Adana and Osmaniye were collected by questionnaire method. As a result of the analysis of the data, it was determined that age, gender, occupation position, total working time and sector experience showed significant differences according to emotional labor utilization levels.

KEYWORDS

Emotioanl labor, Age, Gender, Sector Experience

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 13.10.2018 | 31.10.2019 |
| Atıf | Aslan, H. ve Mert İ.S. (2019).Çalışanların Duygusal Emek Düzeylerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 713-728. |

¹ Bu çalışma, “Duygusal Emek İle İşe Yabancılaşma İlişkisinde Psikolojik Sermayenin Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Alan Araştırması” adlı doktora tezinden üretilmiştir

* Dr. Öğr.Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, huseyinaslan111@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0547-1317

** Prof.Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, sanimert@gmail.com, ORCID 0000-0002-2850-1865

GİRİŞ

Bir duygu yönetim süreci olan duygusal emek, çalışanların duygularını önceden belirlenmiş kurallara göre denetleyerek müşteriye sunması olarak tanımlanmıştır (Hochschild, 1983:7). Duygusal emek, sergilenen duygularla gerçekte hissedilen duygular arasındaki ilişkiye bağlı olarak çalışanlar üzerinde bazı olumlu veya olumsuz etkiler yaratabilmektedir (Dursun ve diğ., 2011). Duygusal emek kavramının yaratabileceği bu etkiler kavramın ilk defa Hochschild (1983) tarafından kullanıldığı tarihten itibaren bugüne kadar pek çok alanda araştırma konusu olmuştur.

Türkiye ve dünyada 2000'li yılların ikinci yarısından itibaren duygusal emeğin; tükenmişlik (Grandey, 2003; Brotheridge ve Grandey, 2002; Kim, 2008; Kruml ve Geddes, 2000; Martinez ve diğ., 2007), işten ayrılma niyeti (Cote ve Morgan, 2002; Chau ve diğ., 2009; Goodwin ve diğ., 2011), örgütsel vatandaşlık davranışı (Beğenirbaş ve Meydan, 2012), iş tatmini (Grandey, 2000; Seery ve Corrigall, 2009; Ghalandari ve Jogh, 2012) iş performansı (Beğenirbaş ve Çalışkan, 2014) gibi farklı değişkenlerle olan ilişkisi incelenmiş, ancak demografik değişkenlerin (yaş, cinsiyet, sektör tecrübesi, çalışma süresi ve işletmedeki pozisyon vb.) duygusal emek kullanım düzeyi üzerindeki etkisi (Erickson, 2005; Cheung ve Tang, 2010; Dahling ve Perez, 2010; Wharton ve Erickson, 1993) literatürde sınırlı sayıda araştırılmıştır.

Bu önemden hareketle bazı demografik değişkenlerin çalışanların duygusal emek kullanım düzeylerine olan etkisi belirlenmeye çalışılmış ve araştırma yoğun bir şekilde müşteri ile etkileşim içerisinde bulunan hizmet sektörü işletmelerinden olan otel işletmelerinde istihdam edilen çalışanların katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

1.KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Duygusal Emek

İlk olarak 1979-1983 yıllarında Arlie Russell Hochschild tarafından kullanılan duygusal emek kavramı, Hochschild'in 1983 yılında *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling* kitabında, Delta Havayolları'nın hostes eğitim merkezindeki kurslara katılarak, hosteslerin duygusal emek süreçlerinin incelenmesiyle gündeme gelmiştir.

Hochschild *The Managed Heart* kitabında mesleki ortamlarda sergilenen duyguların kurumsal olarak belirlenmiş tutumları ürettiğine ilişkin açıklamalar getirmiştir. Hochschild bu eserinde duygusal emeği, "dışarıdan gözlemlenebilecek yüz ve beden hareketlerini oluşturmak için duyguların yönetilmesini ifade eden" bir iş türü olarak tanımlamıştır (Hochschild, 1983: 7). Burada insanların diğer bir kişide belirli bir duygusal durum yaratmak için kendi duygularını yönetmeleri durumuna dikkat çekilmektedir (Wharton, 1993). Hochschild'e göre hizmet ilişkileri esnasında bireylerin uygun duygusal tepkiler geliştirmesine yönelik ortak beklentiler bulunmaktadır (Hochschild, 1983). Örneğin genel olarak kabin görevlilerinin neşeli ve cana yakın olması, cenaze görevlilerinin ise, tören sırasında hüznü ve sessiz bir görüntü içinde olması beklenmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993). Yani duygusal emek, çalışanların duygu gösterimlerini duruma uygun hale getirebilmek için duygularını abartması, uydurması ya da bastırması anlamına gelmektedir (Grandey, 2000: 94).

Hochschild (1983)'e göre, duygusal emek fiziksel emeğe çok benzer; yani "hizmet işinin" ya da sürekli etkileşimin söz konusu olduğu çoğu sektörde emek para karşılığı satılır. Genel olarak göz önünde yapılan bir eyleme dönüşür; yani işverenler tarafından resmen mesleki bir gereklilik olarak talep ve "kontrol" edildiğinde, normal şartlarda özel olarak gerçekleşen duygu yönetimi alanından çıkıp kendiliğinden kamuya açık hale gelir ve artık işletme tarafından talep edilen duygu gösterim kurallarına göre sergilenir.

İşletme tarafından talep edilen duyguların çalışanlar tarafından nasıl sergileneceğini düzenleyen kurallar olarak tanımlanan (Morris ve Feldman, 1996: 987) gösterim kuralları ise tipik olarak toplumsal, mesleki ve örgütsel normlardan kaynaklanır ve duyguların ne zaman ve nasıl ifade edileceğini belirten kurallardır. Büyük oranda reçetelenmiş veya örtük olarak teşvik edilebilen gösterim kuralları, etkileşimleri yönlendirir ve duygusal ifadelerin sıklığını, yoğunluğunu, süresini ve çeşitliliğini etkiler (Ashforth ve Humphrey, 1993: 89). Açık gösterim kuralları, uygun duygular ve duygusal ifade ile ilgili somut olarak iletilen kurallara işaret eder. Mesela, "sıcak bir gülümseme ile hizmet veriyoruz" gibi bir iş tanımı veya şirket misyonunun yazılı beyanatu ile olabilir. Örtülü görüntüleme kuralları ise, toplumsal veya kurumsal normlar yoluyla iletilen yazılı olmayan kurallardır (Buckner, 2012: 29).

1.1.1. Yüzeysel Davranış (Yüzeysel Rol Yapma)

Yüzeysel davranış, çalışanların hissetmiş oldukları duygudan kopmadan, ifadelerin değiştirilmesi anlamına gelmektedir (Hochschild, 1983). Yüzeysel davranışta çalışan, hissedilen gerçek duyguyu bastırıp gerçek duygudan kopmadan örgütün istemiş olduğu gösterim kurallarına göre duygularını düzenlemektedir (Asforth

ve Humprey, 1993; Grandey, 2000; Brotheridge ve Grandey, 2002). Duygusal emek davranışı sergilemenin bu stratejisinde, gerçek manada hissedilmeyen duyguların hissediliyormuş gibi yapılması söz konusudur. Bunu başarmanın yolu ise, mimik, jest ya da ses tonu gibi sözlü ya da sözlü olmayan ifadeleri dikkatli bir biçimde kullanmaktan geçer (Ashforth ve Humphrey, 1993: 92). Bu süreç, maske takmak ya da duyguları hissediliyormuş gibi yapmak olarak da nitelendirilmiştir (Ashforth ve Humphrey, 1993). Örneğin bir otelin resepsiyonun da çalışan kişi kendini kötü hissetse de gülümseyebilir ve müşteriyi neşeli bir biçimde karşılayabilir. Bu durumda resepsiyon görevlisi aslında deneyimlemediği duyguları yansıtmaktadır (Hochschild, 1993).

Yüzeysel davranışta çalışanlar, rol yapma tekniğini kullanarak duyguların dışarıya yansıtış biçimini değiştirmektedir. Düşük omuzlar, eğik baş ya da sarkık dudaklar gibi yüz ya da beden hareketlerini değiştirmek yoluyla içsel hisler uyumlu bir hale dönüştürülebilir (Hochschild, 1993). Hochschild, çalışanların içsel duyguların değiştirmeden dışarıya yansıtılmasını kabin görevlileriyle yaptığı çalışmada bir kabin görevlisinin yüzeysel davranış sergileme yönteminin cana yakın davranışlar sergilemesi konusunda kendisine nasıl yardımcı olduğunu şöyle anlatmıştır: “İyi hissediliyormuş gibi yaptığım durumlarda bazen gerçekten neşeleniyor ve cana yakın hissediyorum. Yolcu bana gerçekten cana yakınmışım gibi yanıt veriyor ve ben de daha fazla cana yakın biçimde tepki veriyorum.” (Hochschild, 1990: 121). Burada kabin görevlisi gerçekte hissetmediği bir duyguyu (cana yakınlık) ifade edebilmek için yüzeysel davranış metodunu kullanmaktadır. O halde yüzeysel davranış sergileme hissedilen ve gösterilen duygu arasındaki uyumsuzluk şeklinde ifade edilebilir (Ashforth ve Humphrey, 1993).

1.1.2. Derinlemesine Davranış (Derinden Rol Yapma)

Derinlemesine davranış, çalışanın gösterilmesi gereken duyguları işin gerektirdiği biçimde yansıtabilmek için kendi gerçek hislerini değiştirmesi sürecidir (Hochschild, 1983). Hochschild bu kavramı açıklamak için duygu yönetimi ve duygusal iş terimlerini de kullanmıştır. Derinlemesine davranış “bir duygu ya da hissin seviye ya da niteliğini değiştirmeye çalışma eylemi”dir (Hochschild, 1979: 561).

Hissedilen duygunun değiştirilmeye çalışılması süreci, derinlemesine davranış sergilemenin doğuracağı sonuçlardan çok bir duyguyu yaratmak ya da ifade etmek için harcanan çaba ya da yönetim eylemi üzerine odaklıdır. Hochschild (1983)’e göre, derinlemesine davranış sergilemenin iki yolu bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, bir duyguyu aktif bir biçimde kontrol etmeye çalışmaktır. Burada duygular uyarılarak uyandırılıp davranışlara dönüştürülür. İkincisi ise duyguların eğitilmesidir. Burada ise, çalışanın ifade edilecek duygu ile ilişkili hatıra ya da imgeleri düşünme sürecidir. Örneğin, uçuş görevlileri yolcuların kendi evlerinde ağırladıkları misafirler olduklarını düşünmeye ya da böyle can sıkıcı davranışlarına sebebiyet verecek kötü olayları yaşamış olduklarını hayal etmeye çalışarak yolculara bu doğrultuda davranış sergileyebilirler (Hochschild, 1983).

Derinlemesine davranışın, yüzeysel davranıştan farkı direk duygulara odaklanması ve duyguları değiştirmek için çaba harcanmasıdır (Yang ve Chang, 2008: 881). Derinlemesine davranışta duygular içeriden değişirken, yüzeysel davranışta dışarıdan değişir (Chu, 2002: 19). Yüzeysel davranışta duygular değişmeden kalır ve çalışan hissediliyormuş gibi davranırken, derinlemesine davranışta duygular değişir ve çalışan bu duyguların değişmesini ister. Derinlemesine davranışta çalışan daha önceki yaşadığı veya tecrübe ettiği bir duyguyla içinde bulunduğu duyguyu bütünleştirerek etkileşimde bulunduğu kişiye empati yaparak davranış sergiler (Schmidt ve Diestel, 2014: 1453).

1.1.3. Samimi Davranış (Duyguların Doğal Yollarla İfadesi)

Ashforth ve Humprey (1993)’e göre, samimi davranış; hizmet esnasında çalışanların sergilemiş oldukları davranışları gerçekten hissederek sergiledikleri davranışlardır. Ashforth ve Humprey (1993)’e göre, Hochschild çalışanların kendiliğinden gerçekleşen veya doğal deneyimlerle sergilemiş oldukları davranışları göz ardı etmektedir. Hochschild’e göre çalışanlar kendiliğinden oluşan duygular için ekstra bir çaba sarf etmektedir (Anderson, 2014: 21). Morris ve Feldman (1996)’da çalışanların örgütün istediği davranışları yaşıyor olsalar bile bu davranışları örgütün istediği davranışlarla örtüştürmek için çaba harcamak zorunda olduklarını belirtmiştir. Ashforth ve Humprey (1993) ve Diefendorff ve diğ. (2005) ise, çalışanların herhangi bir çaba harcamadan ve gerçekten hissettikleri belirli davranışlar sergileyebileceklerini ifade etmektedir.

Yüzeysel davranış ve derin davranıştan farklı olarak herhangi bir şekilde rol yapmayı gerektirmeyen samimi davranış (Bağcı, 2015: 75), doğal duygularla örtüşen bir davranıştır (Chu ve Murrmann, 2006: 1182). Yüzeysel davranış ve derinlemesine davranış sergileme, hislerin bilinçli ve stratejik olarak manipüle edilmesi anlamına gelirken, samimi davranış herhangi bir şekilde bilinçli veya stratejik olarak duyguların manipüle edilmediği, kendiliğinden gerçekleşen veya doğal olarak hissedilen duygulardan oluşmaktadır (Anderson,

2014: 21). Dahling ve Perez (2010: 575), bu durumun çalışanların örgütsel taleplere uygun olan duyguları doğal bir biçimde hissettiği zaman ortaya çıktığını belirtmektedir.

Dahling ve Perez (2010)'a göre samimi davranış, örgütün amaçları doğrultusunda çalışanlardan istenen davranışlardır. Örgütün istediği davranış kurallarıyla, çalışanın hissettiği duygular aynı doğrultuda olduğu zaman, çalışan yüzeysel ve derinlemesine davranış sergilemeyecek ve böylece duygusal emeğin olumsuz sonuçlarından daha az etkileneceklerdir. Diefendorff ve diğ. (2005)'e göre, çalışanların pozitif duygular ve pozitif ilişkiler arama çabalarının sonucu olarak duygularını doğal yollarla sergilemeleri sonucu çalışanların rol yapmalarına gerek kalmamaktadır. Ancak kendiliğinden gerçekleşen duygularıyla hareket eden çalışanlar istedikleri sonuçlara ulaşamadıkları zaman yüzeysel veya derinlemesine davranış sergileyeceklerdir (Savaş, 2012: 52).

1.2.Hipotezlerin Oluşturulması

Yapılan araştırmalarda, bireylerin duygusal emek davranışlarını nasıl sergileyeceğinin bir belirleyicisi olarak bireysel farklılıkların rolü üzerinde durulmaktadır (Hochschild, 2003; Grandey, 2000; Keleş, 2014; Kızanlıklılı, 2014). Söz konusu bireysel farklılıklar bu araştırmada, literatürde en fazla araştırılan yaş ve cinsiyet değişkeni ile literatürde daha az araştırılan iş pozisyonu, sektör tecrübesi ve toplam çalışma süresi olarak incelenmiştir.

Hochschild (1983)'e göre yaş, duygusal emek davranışı üzerinde etkisi olan bir faktördür. Son zamanlarda yapılan birçok çalışma duygusal emek kullanımı ve yaş arasındaki ilişkiyi incelemiş ve yaşın duygusal emek davranışı sergilemede önemli bir özellik olduğunu belirtmişlerdir (Hochschild, 1983; Cheung ve Tang, 2010; Dahling ve Perez, 2010; Kruml ve Geddes, 2000; Cheung ve Wu, 2013; Lee, 2016; Cole, 2015). Yapılan çalışmalara bakıldığında ise duygusal deneyimlerin, iş tecrübelerinin ve kişisel motivasyonun yaşlandıkça arttığı görülmektedir. Dahling ve Perez (2010), yaptıkları çalışmada iş yerinde duygusal emek kullanımında yaşlı çalışanların, olumsuz duygularını bastırarak olumlu duyguları arttırma yönündeki motivasyonlarını arttırdıkları sonucuna ulaşmışlardır. Dahling ve Perez (2010), yine aynı çalışmada, yaşın derinlemesine davranış ve samimi davranış sergileme ile pozitif ilişkili olduğunu, yüzeysel davranış sergilemeyle ise negatif ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Cheung ve Tang (2010) ise, yaptıkları çalışmada genç çalışanların yaşlı çalışanlara göre daha fazla duygusal uyumsuzluk yaşadıklarını belirtmişlerdir. Çünkü yaşlı çalışanlar zaman kavramını genç çalışanlara göre anlamlı bir şekilde kavradıklarından bugüne odaklanma motivasyonuna daha fazla sahiptirler ve iş yerinde duygularını düzenlemeye daha fazla zaman harcamaktadırlar (Cheung ve Tang, 2010: 325). Yaşlı çalışanlar daha önceki duygusal emek davranışı sergilemede elde ettikleri deneyim sayesinde (Kruml ve Geddes, 2000) genç çalışanlara göre duygularını daha iyi kontrol ederek uygun davranış sergilemede daha başarılılardır. Aynı zamanda yaşlı çalışanların yaşlanmaya bağlı olarak iş ile ilgili daha az beklentiye sahip olmaları yaşlı çalışanlarda iş doyumunu arttırmaktadır (Cheung ve Tang, 2010: 326). Bu durum ise yaşlı çalışanların örgüte olan bağlılıklarını arttırmaktadır (Cole, 2015). Yaşlı çalışanların daha fazla yaşam tecrübesine sahip olmaları olumsuz duyguları bastırarak duyguların kontrolünde daha başarılı olmalarına neden olur ve bu sayede daha pozitif duygusal deneyimler üzerine odaklanırlar (Cheung ve Wu, 2013). Genç çalışanlar ise, duygularını kontrol etmede başarılı değillerdir ve daha az iş tecrübesine sahiptirler. Dolayısıyla, genç işçiler daha fazla duygusal tükenme ve işten ayrılma niyeti yaşayabilirler (Lee, 2016: 1341).

Teori ve görgül araştırmalardan yola çıkılarak yaş ve duygusal emek stratejileri arasındaki ilişkiye yönelik aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₁: Yüzeysel davranış yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂: Derinden davranış yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃: Samimi davranış yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Cinsiyet farklılığının bireylerin rollerini belirleyen önemli bir faktör olmasından dolayı, kadın ve erkek davranışlarıyla ilgili toplumda birtakım beklentiler oluşmuştur. Bu beklentiler ise, kadın ve erkeklerde farklı duygu yönetimine neden olmuştur (Kızanlıklılı, 2014: 28). Cinsiyet farklılığının sadece toplumsal rollerde değil aynı zamanda iş yaşamında da önemli bir faktör olduğu görülmüş ve cinsiyet duygusal emek davranışları üzerinde etkisi olduğu düşünülen birçok çalışmada ele alınmıştır. (Erickson, 2005; Erickson ve Ritter, 2001; Hochschild, 1983; Hochschild 2000; Leidner, 1999; Meier ve diğ., 2006; Cottingham ve diğ., 2015; Cheung ve Tang, 2010).

Hochschild (2003)'e göre, toplumun kadınları statü olarak ikinci plana itmesi kadınların diğer kaynaklardan yoksun kalmasına neden olmuştur ve bu durum kadınları daha fazla duygu yönetimine sevk etmiştir. Duygu yönetimi erkekler ve kadınlar için farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır ve bireyler cinsiyetleri gereği duygusal emek gerektiren işlerde farklı roller üstlenebilmektedirler. Kadınlar doğaları gereği genellikle öfke ve kızgınlıkla başa çıkmayı gerektiren işlerde (örn, hosteslik) daha başarılıdırlar. Erkekler ise, doğaları gereği

kuralları çığneyenlere karşı daha sert tavırlar sergileyebilecekleri (örn, tahsildarlık) işlerde daha başarılıdırlar. Duygusal emek kullanımı kadın ve erkek arasında sadece mesleğe göre farklılaşmamaktadır. Bu farklılık aynı meslek kolunda da gerçekleşebilmektedir (Morris ve Feldman, 1996; Hochschild, 2003). Kadınların statü olarak ikinci plana itilmesi kadınları iş ortamında daha savunmasız bırakmıştır. Hochschild'in verdiği örnekte görüldüğü üzere erkek yolcular bayan hosteslere karşı saldırgan bir tavır rahatlıkla sergileyebilmektedirler (Hochschild, 2003: 163). Kadınlar iş yerinde karşılaşmış oldukları bu olumsuz tavırlar karşısında daha fazla empati yapabilmekte ve erkeklere nazaran negatif duyguları bastırmada daha başarılı olarak değerlendirilmektedir (Walsh ve Bartkowski, 2013: 1219).

Hochschild (2003), yukarıda bahsedilen etkenler dolayı kadınların çalışma yaşamında erkeklerden daha fazla duygusal emek kullandıklarını ve kadınların doğası gereği başkalarının ihtiyaçlarına karşı hassas olmada, duygularını düzenlemede ve olumlu duygusal tepkiler ortaya koymakta erkeklere nazaran daha başarılı olduklarını ifade etmiştir.

Hochschild (1983, 2003), yaptığı çalışmalarda kadınların duygusal emek gerektiren işlerde daha başarılı olduğundan bahsetse de cinsiyete göre duygusal emek kullanımı toplum, örgüt, endüstri, statü, güç vb. koşullara göre değişebilmektedir. Çünkü bazı araştırmacılar (Cottingham vd., 2015; Cheung ve Tang, 2010; Grandey, 2000; Wharton ve Erickson, 1993), duygusal emek gösterimine kadınların daha çok başvurduğunu belirtse de Simon ve Nath (2004), yapmış olduğu çalışmada kadınların erkeklerden daha fazla duygusal sergilemedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Erickson ve Ritter (2001) ve Erickson (2005) ise, duygusal emeğin etkilerinin cinsiyete göre değişmediğini bulmuştur.

Teori ve görgül araştırmalardan yola çıkılarak cinsiyet ve duygusal emek stratejileri arasındaki ilişkiye yönelik aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₄ Yüzeysel davranış cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₅: Derinden davranış cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₆: Samimi davranış cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Çalışanların görev yaptıkları iş pozisyonu duygusal emek stratejilerinde farklılığa neden olan bir diğer değişken olarak görülmektedir. Sezer Aydın (2017) yapmış olduğu çalışmada yönetici pozisyonundaki çalışanların daha az duygusal emek kullandığını belirtmiştir. Kızanlıklılı (2014)'e göre ise alt kademede görev yapan çalışanların üst kademede görev yapan çalışanlara nazaran daha fazla yüzeysel davranış sergiledikleri, üst kademede görev yapan çalışanların ise daha fazla derinden davranış ve samimi davranış sergilemeleri beklenmektedir. Kızanlıklılı (2014) yapmış olduğu çalışmada üst kademedeki çalışanların alt kademede çalışanlara göre daha fazla samimi davranış sergilediği bulgusunu elde etmiştir.

Teori ve görgül araştırmalardan yola çıkılarak iş pozisyonu ve duygusal emek stratejileri arasındaki ilişkiye yönelik aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₇: Yüzeysel davranış çalışanların iş pozisyonlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₈: Derinden davranış çalışanların iş pozisyonlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₉: Samimi davranış çalışanların iş pozisyonlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Deneyim olarak ele alınan sektör tecrübesi ve çalışılan iş yerindeki toplam çalışma süresi ise duygusal emek stratejilerinde farklılığa neden olan diğer değişkenler olarak görülmektedir. Enki (2019)'a göre belirli bir iş deneyimine sahip çalışanlar örgütsel gösterim kurallarına uymada ve geliştirdikleri farklı çözüm yollarıyla sorunların çözümüne daha başarılı olabilmektedirler. Çalışanlar herhangi bir zorluk karşısında mesleki tecrübelerinden faydalanarak sorunların üstesinden gelebilmektedirler. Tekin (2018)'e göre ise özellikle de hizmet sektöründe deneyimi olan çalışanlar müşteriye karşı nasıl davranmaları gerektiği hususunda tecrübe sahibi olduklarından müşterilerin olumsuz tavırlarını kendileri lehine çevirmede daha başarılıdırlar. Ayrıca Kızanlıklılı (2014) ise daha az deneyime sahip çalışanların daha fazla duygusal çaba harcadıklarını belirtmiştir. Kızanlıklılı (2014) yapmış olduğu çalışmada sektör tecrübesi ve çalışılan iş yerindeki toplam çalışma süresi daha fazla olan çalışanların sektör tecrübesi ve çalışılan iş yerindeki toplam çalışma süresi daha az olan çalışanlara göre daha fazla samimi davranış sergiledikleri bulgusunu elde etmiştir. Keleş (2014) ise yapmış olduğu çalışmada sektör tecrübesi ve çalışılan iş yerindeki toplam çalışma süresi daha fazla olan çalışanların daha az olan çalışanlara göre daha fazla yüzeysel ve derinden davranış sergiledikleri bulgusunu elde etmiştir.

Teori ve görgül araştırmalardan yola çıkılarak sektör tecrübesi ve çalışılan iş yerindeki toplam çalışması süresi ile duygusal emek stratejileri arasındaki ilişkiye yönelik aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₁₀: Yüzeysel davranış sektör tecrübesine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₁₁: Derinden davranış sektör tecrübesine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₁₂: Samimi davranış sektör tecrübesine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₁₃ Yüzeysel davranış toplam çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
 H₁₄: Derinden davranış toplam çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
 H₁₅: Samimi davranış toplam çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada öncelikli olarak araştırma ölçeğinin yapı geçerliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Bu amaçla keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri ile güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ardından katılımcıların bazı demografik özellikleri ile ilgili bilgiler verilmiştir. SPSS ve AMOS paket programları ile yapılan analiz sonuçlarına değinilmiş ve bulunan sonuçlara ilişkin yorum yapılmıştır.

2.1.Araştırmanın Örneklemi ve Bazı Demografik Özellikleri

Araştırmanın örneklemi Gaziantep, Adana ve Osmaniye illerindeki dört ve beş yıldızlı otel çalışanlarından 549 kişi oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların 207'si 18-30 yaş aralığında, 222'si 31-40 yaş aralığında, 120'si 41 ve üzeri yaşa sahiptir. Katılımcıların 117'si kadın 432'si ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların, 43'ü ilköğretim, 430'u lise, 53'ü ön lisans, 23'ü ise lisans mezunudur. Katılımcıların 72'si yönetici pozisyonunda 477'si ise işçilerden oluşmaktadır. Katılımcıların 137'si 1 yıldan daha az, 272'si 1-3 yıl arası, 140'ı 4 yıl ve üzeri süreli aynı iş yerinde çalışmaktadırlar. Katılımcıların 51'i sektörde bir yıldan az, 137'si 1-3 yıl arası, 111'i 4-6 yıl arası, 143'ü 7-9 yıl arası, 107'si ise 10 yıl ve üstü sektör tecrübesine sahiptir.

2.2. Veri Toplama Yöntem ve Araçları

Anket soruları 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Katılımcıların duygusal emek algılarının ölçülmesinde Diefendorff ve diğ. (2005) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Basım ve Beğenirbaş (2012) tarafından yapılan ölçek kullanılmıştır. Ölçek; yüzeysel davranış sergileme (6 ifade), derinlemesine davranış sergileme (4 ifade) ve samimi davranışlar (3 ifade) olmak üzere üç ayrı boyuttan ve toplam 13 ifadeden oluşmaktadır. Katılımcılar, ölçekte yer alan; “*Müşterilerle uygun şekilde ilgilenilemek için rol yaparım*”, “*Müşterilerime, gerçek hissettiğim duygulardan farklı duygular sergilerim*”, “*Müşterilere gösterdiğim duygular kendiliğinden ortaya çıkar*” şeklindeki ifadelerle ne oranda katıldıklarını beşli likert ölçeği ile belirlemişlerdir (1=Hiçbir Zaman, 5= Her Zaman). Diefendorff vd. (2005) araştırmasında ölçeğin güvenilirlik katsayısını yüzeysel davranış boyutu için $\alpha = 0,92$, derinlemesine davranış boyutu için $\alpha = 0,85$ ve samimi davranış boyutu için ise $\alpha = 0,83$ olarak bildirmiştir. Basım ve Beğenirbaş (2012) ise, araştırmasında ölçeğin güvenilirlik katsayısını birinci örnekleme; yüzeysel davranış boyutu için $\alpha = 0,83$, derinlemesine davranış boyutu için $\alpha = 0,87$ ve samimi davranış boyutu için $\alpha = 0,80$ ve ikinci örnekleme ise yüzeysel davranış boyutu için $\alpha = 0,84$, derinlemesine davranış boyutu için $\alpha = 0,86$ ve samimi davranış boyutu için $\alpha = 0,86$ olarak bildirmiştir.

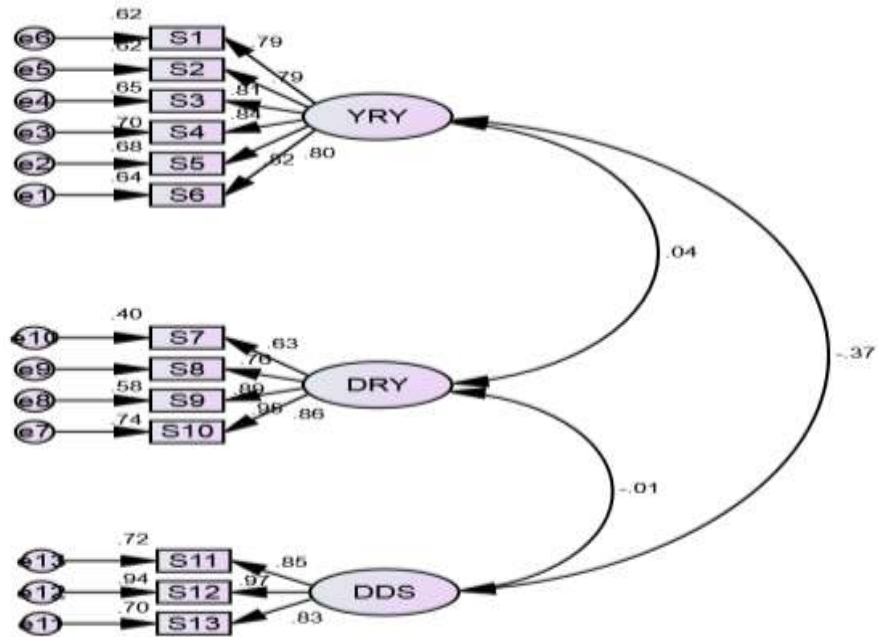
Çalışmada ilk olarak ölçeklerin yapı geçerliği ve güvenilirliği çalışması yapılmıştır. Bu amaçla öncelikle ölçeklerin keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmış ardından da güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Duygusal emek ölçeğinin keşfedici faktör analizi sonuçları Tablo 1’de, doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri ise Tablo 2’de sunulmuştur. Tanımlayıcı istatistik, korelasyon ve güvenilirlik analizi sonuçları ise Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 1. Duygusal Emek Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi

| | Faktör Yükleri | | |
|-----|-------------------|------------------------|-----------------|
| | Yüzeysel Davranış | Derinlemesine Davranış | Samimi Davranış |
| S1 | 0,823 | | |
| S2 | 0,844 | | |
| S3 | 0,846 | | |
| S4 | 0,840 | | |
| S5 | 0,826 | | |
| S6 | 0,811 | | |
| S7 | | 0,807 | |
| S8 | | 0,884 | |
| S9 | | 0,902 | |
| S10 | | 0,855 | |
| S11 | | | 0,895 |
| S12 | | | 0,936 |
| S13 | | | 0,883 |

Tablo 1’de yapılan keşfedici faktör analizi neticesinde duygusal emeğin üç faktör altında toplandığı görülmüştür. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi sonunda KMO değeri 0,748 olarak tespit edilmiş olup faktör analizi için örneklem büyüklüğü yeterlidir. Bartlett’s Küresellik Testi sonucunda Ki Kare değeri 5816.009, serbestlik derecesi değeri (df) 78 ve Sig. Değeri ,000 bulunmuş olup veriler çok değişkenli normal dağılımdan gelmektedir ve faktör analizine uygundur. Keşfedici faktör analizi neticesinde ölçeğin 1,2,3,4,5,6 numaralı maddelerinin yüzeysel davranışı; 7,8,9,10 numaralı maddelerinin derinlemesine davranışı; 11,12,13 numaralı maddelerin ise samimi davranışı temsil ettiği görülmüştür. Faktör yüklerinin ise, 0,807 ile 0,936 arasında olduğu söylenebilir. Yapılan KFA sonucunda üç faktörlü yapıya sahip olan ölçeğin toplam varyansın % 75,742’sini açıkladığı tespit edilmiştir.

Ölçeğin elde edilen üç boyutlu yapısını doğrulamak için AMOS paket programı yardımı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Duygusal emek ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi Şekil 1’de ve uyum iyiliği değerleri ise Tablo 2’ de verilmiştir.



Şekil 1. Duygusal Emek Ölçeği DFA

DFA sonucu, yüzeysel davranış boyutunun faktör yükleri 0,79 ile 0,84; derinlemesine davranış boyutunun faktör yüklerinin 0,63 ile 0,96 ve samimi davranış sergileme boyutunun faktör yüklerinin ise 0,83 ile 0,97 aralığında değer aldığı görülmüştür. Ayrıca yüzeysel davranış ile samimi davranış sergileme arasında ters yönlü düşük düzeyde, derinlemesine davranış ile samimi davranış sergileme arasında ters yönde düşük düzeyde, yüzeysel davranış ile derinlemesine davranış arasında aynı yönde düşük düzeyde korelasyon tespit edilmiştir.

Tablo 2. Duygusal Emek Uyum İyiliği Değerleri

| Değişken | X ² | df | CMIN/ DF | GFI | AGFI | CFI | TLI | RMSEA |
|---------------|----------------|----|-------------|------|------|------|------|-------|
| Duygusal Emek | 181.554 | 50 | 3.631 | .956 | .92 | .978 | .965 | 0.069 |

Faktör analizlerinden sonra ölçeğin tanımlayıcı istatistik, korelasyon ve güvenilirlik analizleri yapılmış analiz sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistik, Korelasyon ve Güvenirlik Analizi

| Değişken | Cronbach Alpha Katsayısı | Ortalama | Sdt .Sapma | Yüzeysel Davranış | Derinlemesine Davranış | Samimi Davranış |
|------------------------|--------------------------|----------|------------|-------------------|------------------------|-----------------|
| Yüzeysel Davranış | .919 | 2.8880 | 1.18175 | 1 | | |
| Derinlemesine Davranış | .885 | 3.7386 | 1.00420 | .061 | 1 | |
| Samimi Davranış | .913 | 3.1032 | 1.03853 | -.352** | .005 | 1 |

** 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı

Tablo 3'te görüldüğü gibi korelasyon analizi sonucunda, samimi davranış sergileme ile yüzeysel davranış sergileme arasında ($r = -.352$) orta düzeyde negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Güvenirlik analizi sonucu Cronbach's Alpha katsayısı yüzeysel davranış için 0,919; derinlemesine davranış için 0,885; samimi davranış için 0,913 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar bütün değişkenlerin güvenilir olduğunu göstermektedir ($0,80 \leq \alpha < 1,00$). Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında tespit edildiğinden veriler normal dağılıma sahiptir (Bayram, 2013:109).

2.3.Bulgular

2.3.1.Yaş Değişkeni Varyans Analizi

Değişkenlerin katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için varyans analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Yaş Değişkeni Varyans Analizi Sonuçları

| | | Kareler Toplamı | Std.Hata | Kareler Ortalaması | F | Anlamlılık |
|---------------------------|---------------|--------------------|----------|-----------------------|--------|------------|
| Yüzeysel Davranış | Gruplar arası | 30.461 | 2 | 15.230 | 11.316 | .000 |
| | Gruplar içi | 734.844 | 546 | 1.346 | | |
| | Toplam | 765.305 | 548 | | | |
| Derinlemesine Davranış | Gruplar arası | 1.278 | 2 | .639 | .633 | .532 |
| | Gruplar içi | 551.339 | 546 | 1.010 | | |
| | Toplam | 552.616 | 548 | | | |
| Samimi Davranış | Gruplar arası | 18.771 | 2 | 9.385 | 8.955 | .000 |
| | Gruplar içi | 572.269 | 546 | 1.048 | | |
| | Toplam | 591.040 | 548 | | | |

Varyans analizi sonuçlarına göre yüzeysel davranış ve samimi davranış yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. Farklılığın yönünü görebilmek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre, yüzeysel davranış sergileme 18-30, 31-40 ve 41-50 arası yaşa sahip olanlar arasında 18-30 yaş grubu lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, 18-30 yaş aralığında olan çalışanlar, 31-40 ile 41-50 arası yaş aralığında olan çalışanlara göre daha yüksek düzeyde yüzeysel davranış sergilemektedir. Samimi davranış sergileme ise 18-30, 31-40 ve 41-50 arası yaşa sahip olanlar arasında 31-40 yaş grubu lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani 31-40 yaş aralığında olan çalışanlar, 18-30 ile 41-50 arası yaş aralığında olan çalışanlara göre daha yüksek düzeyde samimi davranış sergilemektedirler. Bu sonuçlara göre, H1 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

2.3.2. Cinsiyet Değişkeni Bağımsız Örneklem Testi

Değişkenlerin katılımcıların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için bağımsız örneklem testi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Cinsiyet Bağımsız Örneklem Testi

| | F | t | sd | Sig. (2-tailed) |
|-------------------|-------|--------|---------|-----------------|
| Yüzeysel Davranış | .342 | 4.018 | 547 | .000 |
| | | 4.004 | 182.894 | .000 |
| Derinden Davranış | 4.605 | -.069 | 547 | .945 |
| | | -.065 | 168.387 | .949 |
| Samimi Davranış | .283 | -5.356 | 547 | .000 |
| | | -5.421 | 186.761 | .000 |

Bağımsız örneklem testi sonucunda yüzeysel davranış sergileme kadınlar ile erkekler arasında kadınlar lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, kadınlar erkeklere göre daha yüksek düzeyde yüzeysel davranış sergilemektedirler. Samimi davranış sergileme ise kadınlar ile erkekler arasında erkekler lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, erkekler kadınlardan daha yüksek düzeyde samimi davranış sergilemektedirler. Bu sonuçlara göre, H4 ve H6 hipotezleri kabul edilmiştir.

2.3.3. Çalışanların Pozisyonu Değişkeni Bağımsız Örneklem Testi

Değişkenlerin yöneticiler ve işçiler arasında anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için bağımsız örneklem testi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Pozisyon (Yönetici ve İşçi) Bağımsız Örneklem Testi

| | F | t | sd | Sig. (2-tailed) |
|-------------------|-------|--------|--------|-----------------|
| Yüzeysel Davranış | .255 | -1.977 | 547 | .048 |
| | | -2.009 | 94.788 | .047 |
| Derinden Davranış | .009 | -.998 | 547 | .318 |
| | | -1.001 | 93.868 | .320 |
| Samimi Davranış | 1.198 | 1.982 | 547 | .048 |
| | | 2.100 | 97.847 | .038 |

Bağımsız örneklem testi sonucunda samimi davranış sergileme işçiler ile yöneticiler arasında yöneticiler lehine iş pozisyonuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, yöneticiler işçilerden daha yüksek düzeyde samimi davranış sergilemektedirler. Bu sonuçlara göre H9 hipotezi kabul edilmiştir.

2.4.3. Sektör Tecrübesi Varyans Analizi

Değişkenlerin sektör tecrübesine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek için varyans analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Sektör Tecrübesi Varyans Analizi

| | | Kareler Toplamı | Std.Hata | Kareler Ortalaması | F | Anlamlılık |
|--------------------------|------------------|--------------------|----------|-----------------------|-------|------------|
| Yüzeysel Davranış | Gruplar arası | 30.771 | 4 | 7.693 | 5.697 | .000 |
| | Gruplar içi | 734.534 | 544 | 1.350 | | |
| | Toplam | 765.305 | 548 | | | |
| Derinleme ne Davranış | Gruplar arası | 2.812 | 4 | .703 | .695 | .595 |
| | Gruplar içi | 549.805 | 544 | 1.011 | | |
| | Toplam | 552.616 | 548 | | | |
| Samimi Davranış | Gruplar arası | 30.083 | 4 | 7.521 | 7.293 | .000 |
| | Gruplar içi | 560.957 | 544 | 1.031 | | |
| | Toplam | 591.040 | 548 | | | |

Varyans analizi sonuçlarına göre yüzeysel davranış ve samimi davranış, sektör tecrübesine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Farklılığın yönünü test edebilmek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre; Yüzeysel davranış sergileme 1 yıldan az, 1-3 yıl, 4-6 yıl ve 7-9 yıl arası ile sahip olanlar ile 10 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanlar arasında 1-3 yıl arası tecrübeye sahip olanlar lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, 1-3 yıl arası tecrübeye sahip olan çalışanlar 1 yıldan az, 4-6 yıl ve 7-9 yıl arası tecrübeye sahip olanlar ile 10 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olan çalışanlara göre daha yüksek düzeyde yüzeysel davranış sergilemektedirler. Samimi davranış sergileme ise 1 yıldan az, 1-3 yıl, 4-6 yıl ve 7-9 yıl arası ile sahip olanlar ile 10 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanlar arasında 10 yıl ve üzeri tecrübeler lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, 10 yıl ve üzerinde bir tecrübeye sahip olan çalışanlar 1 yıldan az, 1-3 yıl, 4-6 yıl ve 7-9 yıl arası tecrübeye sahip olan çalışanlardan daha yüksek düzeyde samimi davranış sergilemektedirler.

Bu sonuçlara göre, H10 ve H12 hipotezleri kabul edilmiştir.

2.5.1. Toplam Çalışma Süresi Varyans Analizi Testi

Değişkenlerin katılımcıların hali hazırdaki otelde toplam çalışma sürelerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini analiz etmek için varyans analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Toplam Çalışma Süresi Varyans Analizi Testi Sonuçları

| | | Kareler Toplamı | Std.Hata | Kareler Ortalaması | F | Anlamlılık |
|---------------------------|------------------|--------------------|----------|-----------------------|--------|------------|
| Yüzeysel Davranış | Gruplar arası | 27.948 | 2 | 13.974 | 10.347 | .000 |
| | Gruplar içi | 737.358 | 546 | 1.350 | | |
| | Toplam | 765.305 | 548 | | | |
| Derinlemesine Davranış | Gruplar arası | 4.381 | 2 | 2.191 | 2.182 | .114 |
| | Gruplar içi | 548.235 | 546 | 1.004 | | |
| | Toplam | 552.616 | 548 | | | |
| Samimi Davranış | Gruplar arası | 58.198 | 2 | 29.099 | 29.818 | .000 |
| | Gruplar içi | 532.842 | 546 | .976 | | |
| | Toplam | 591.040 | 548 | | | |

Varyans analizi sonuçlarına göre yüzeysel davranış ve samimi davranış toplam çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Farklılığın yönünü görebilmek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre; yüzeysel davranış sergileme, 1 yıldın az çalışanlar ve 1-3 yıl arası çalışanlar ile 4 yıl ve üzeri çalışanlar arasında 1 yıldan az süre çalışanlar lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, 1 yıldın az çalışanlar 1-3 yıl arası çalışanlar ile 4 yıl ve üzeri çalışanlara göre daha yüksek düzeyde yüzeysel davranış sergilemektedirler. Samimi davranış sergileme, 1 yıldın az çalışanlar ve 1-3 yıl arası çalışanlar ile 4 yıl ve üzeri çalışanlar arasında 4 yıl ve üzeri çalışanlar lehine anlamlı farklılık göstermektedir. Yani, 4 yıl ve üzeri çalışanlar 1 yıldan az çalışanlar ile 1-3 yıl arası çalışanlara göre daha yüksek düzeyde samimi davranış sergilemektedirler. Bu sonuçlara göre, H13 ve H15 hipotezleri kabul edilmiştir.

SONUÇ

Çalışanların davranışları üzerinde etkili olan birçok faktör bulunmaktadır. 1979 yılında ilk olarak çalışılmaya başlandığından bugüne kadar duygusal emeğinde etkilendiği birçok öncülün varlığından bahsedilmiştir. Genel olarak kavramın öncülerinin yapmış oldukları çalışmalar ve daha sonrasında da yapılan çalışmalar doğrultusunda, duygusal emeği etkileyen bireysel faktörlerin yaş, cinsiyet, işletmedeki pozisyon, çalışılan iş yerindeki toplam çalışma süresi ve sektör tecrübesi olarak gruplandırıldığı görülmektedir (Hochschild, 2003; Grandey, 2000; Cheung ve Tang, 2010; Keleş, 2014; Kızanlıklılı, 2014).

Bireylerin toplumda üstlenmiş oldukları rollerin örgütlere yansımalarıyla birlikte, örgütlerde çalışanların sahip oldukları bireysel farklılıklarının, organizasyon içerisinde çalışanların üstlendiği görevlere göre şekillendiği görülmektedir. Bu çalışmanın amacı demografik değişkenlerin çalışanların duygusal emek kullanım düzeylerine olan etkisi belirlenmeye çalışmaktır. Bu amaçla yapılan analizler neticesinde, çalışanların duygusal emek davranışları düzeylerine ilişkin görüşleri; cinsiyetlerine, yaşlarına, işletmedeki pozisyonlarına, sektördeki toplam çalışma sürelerine ve iş yerindeki toplam çalışma sürelerine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir.

Hochschild (1983)'e göre yaş, duygusal emek davranışı üzerinde etkisi olan önemli bir faktördür. Bu araştırmada da, duygusal emek sergileme stratejilerinden yüzeysel davranış sergileme ve samimi davranış sergileme ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş, derinlemesine davranış ile herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Buna göre; araştırmaya katılanların yaşlarının artmasıyla birlikte samimi davranış sergileme eğilimlerinin de arttığı bununla birlikte yüzeysel davranış sergileme düzeylerinin ise azaldığı sonucuna varmak mümkündür. Araştırmada elde edilen bu bulgu, Hochschild (1983), Cheung ve Tang (2010), Dahling ve Perez (2010), Kruml ve Geddes (2000), Cheung ve Wu (2013), Lee (2016) ve Cole (2015)'un çalışmalarının sonuçları ile tutarlılık göstermektedir. Yaşın ilerlemesi ile birlikte çalışanların duygusal emek davranışı sergilemede elde ettikleri deneyim göz önüne alındığında, yaşlı çalışanların genç çalışanlara göre duygularını kontrol etmede duygusal uyumsuzluk yaşamadıkları ve gösterim kurallarına uygun hareket ederek yüzeysel davranış sergilemekten çok samimi davranış sergilemede daha başarılı

olduklarını söylemek mümkündür. Ayrıca otelcilik sektörü açısından çalışanların yaşlarının artması deneyimin bir göstergesi olduğu gibi aynı zamanda da yaşın artmasının müşteri etkileşiminde yüzeysel davranıştan ziyade samimi davranış sergilenmesi üzerinde etkili olduğu değerlendirilmesi yapılabilmektedir.

Kadın ve erkeklerin duygusal emek kullanımının farklı olabileceğini belirten Hochschild (1983, 2003)'e göre cinsiyet, duygusal emek kullanımında önemli bir etkidir. Hochschild (1983, 2003) yaptığı çalışmalarda kadınların duygusal emek gerektiren işlerde daha başarılı olduğundan bahsetmiştir. Yaş değişkeninde olduğu gibi duygusal emek sergileme stratejilerinden yüzeysel davranış sergileme ve samimi davranış sergileme ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiş, derinlemesine davranış ile herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Araştırmada kadınların, erkeklerden daha fazla yüzeysel davranış sergilediği ve erkeklerin kadınlara göre daha fazla samimi davranış sergilediği bulgusu edilmiştir. Bu bulgu; turizm sektöründeki zor çalışma koşullarına erkek çalışanların kadın çalışanlara göre daha iyi uyum sağlayabildikleri ve duygusal uyumsuzluk yaşamadan hissetmiş oldukları samimi duyguları sergilemede kadın çalışanlardan daha başarılı oldukları ile açıklanabilir. Bu bulgu Biron ve Veldhoven (2012) ve Schaubroeck ve Jones (2000) çalışma bulgularıyla uyumludur. Konu ile ilgili önceki araştırmalara bakıldığında bazı araştırmacılar, örneğin; Cottingham ve diğ. (2015), Cheung ve Tang (2010), Grandey (2000) ve Wharton ve Erickson (1993) duygusal emek gösterimine kadınların daha çok başvurduğunu belirtmiş olsalar da Simon ve Nath (2004) yapmış oldukları çalışmada kadınların erkeklerden daha fazla duygusal emek sergilemedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Erickson ve Ritter (2001) ve Erickson (2005) ise duygusal emeğin etkilerinin cinsiyete göre değişmediğini tespit etmişlerdir. Yapılan bu çalışmalarda görüleceği üzere duygusal emek gösteriminin cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığı hususunda ortak bir değerlendirme yapılamamaktadır. Duygusal emek gösteriminin kadın ve erkekler arasında toplum, örgüt, endüstri, statü, güç vb. koşullara göre değişebileceği söylenebilir. Bu araştırmada ortaya çıkan sonuçlar yalnızca örneklem grubunun ve kadın-erkek sayısından ve özelliklerinden yola çıkılarak değerlendirilebileceği için aynı alanda yapılan başka bir araştırmada ortaya çıkabilecek farklı sonuçlar normal karşılanmalıdır.

Çalışanların işletmedeki pozisyonlarının duygusal emek kullanımında bir farklılığa sebep olup olmadığına yönelik bulgular incelendiğinde, çalışanların pozisyonları ile duygusal emek stratejilerinden samimi davranış arasında anlamlı ilişki tespit edilmiş, yüzeysel davranış sergileme ve derinlemesine davranış sergileme ile ilişki tespit edilememiştir. Araştırmada yöneticilerin işçilerden daha fazla samimi davranış sergiledikleri bulgusu elde edilmiştir. Bu bulgu Sezer Aydın (2017) ve Kızanlıklılı (2014) çalışma bulgularıyla uyumludur. Araştırmadan elde edilen bu bulguya göre yöneticilerin yıllar içinde elde ettikleri deneyim sayesinde işçilere nazaran derinlemesine davranış ve yüzeysel davranış sergileme ihtiyacı duymadıkları ve kendi hissetmiş oldukları duygularını iş süreçlerine yansıttıkları değerlendirilmesini yapmak mümkündür.

Çalışanların, hali hazırda çalıştıkları oteldeki toplam çalışma sürelerinin duygusal emek kullanımında bir farklılığa sebep olup olmadığına yönelik bulgular incelendiğinde, çalışanların yüzeysel veya samimi davranış sergilemeleri ile oteldeki toplam çalışma süreleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş, derinlemesine davranış ile bir ilişki tespit edilememiştir. Araştırmada otelde bir yıldan daha az çalışanların yüzeysel davranış sergiledikleri, dört yıl ve üzeri çalışanların ise samimi davranış sergiledikleri görülmüştür. Araştırmada elde edilen bu bulgu Kızanlıklılı (2014) çalışmasında elde edilen bulguyla örtüşmektedir. Bu bulgu, otelde uzun süre çalışan personelin duygusal deneyim ve iş tecrübelerinin artmasıyla birlikte müşteri etkileşiminde duygusal emek kullanımında duygusal uyumsuzluk yaşamadan ve yüzeysel davranış ile derinlemesine davranış sergileme ihtiyacı hissetmeden hissetmiş oldukları duyguları müşterilere samimi davranış sergileyerek gösterdikleri değerlendirmesi ile açıklanmaktadır.

Araştırmadaki bir diğer değişken olan çalışanların otelcilik sektöründeki toplam sektör tecrübelerinin duygusal emek kullanımında bir farklılığa sebep olup olmadığına yönelik bulgular incelendiğinde, çalışanların toplam sektör tecrübeleri ile duygusal emek stratejilerinden yüzeysel veya samimi davranış sergilemeleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş, derinlemesine davranış ile bir ilişki tespit edilememiştir. Otelcilik sektöründe 1-3 yıl arası deneyime sahip olan çalışanların yüzeysel davranış sergiledikleri, 10 yıl ve üzerinde deneyime sahip olan çalışanların ise samimi davranış sergiledikleri görülmüştür. Bu bulgular önceki bazı araştırma bulgularıyla da örtüşmektedir. Örneğin; Cheung ve Tang (2010), Kruml ve Geddes (2000) ve Kızanlıklılı (2014). Gerek hali hazırdaki otelde toplam çalışma süresi, gerekse de otelcilik sektöründeki toplam deneyimin duygusal emek kullanımına olan etkisinde otelcilik deneyimi etkisinin önemi ortaya çıkmaktadır. Çalışanların oteldeki ve sektördeki deneyimlerinin artmasıyla birlikte duygusal emek kullanımında pek fazla duygusal uyumsuzluk yaşamadıkları ve gösterim kurallarının kendilerinde bir baskı oluşturmadan yüzeysel davranış veya derinlemesine davranış sergilemeden müşteri etkileşiminde kendi duygularıyla samimi davranış sergilediklerini söylemek mümkündür.

İşletmelerin faaliyetlerinde etkili ve verimli olmaları, bu işletmelerde çalışan bireylerin yaptıkları katkılarla doğru orantılı olarak artmaktadır (Beğenirbaş, 2015). Bu doğrultuda otel işletmelerin belirli tecrübeye ve yaşa sahip çalışanları istihdam etmeleri gerek duygusal emek kullanımının olumsuz sonuçlarından daha az etkilenilmesine gerekse de hizmet kalitesinin arttırılmasına neden olacaktır.

KAYNAKÇA

- Anderson, Lindsey, (2014). "There Goes Another Little Chip of Your Heart: Exploring The Intersections of Communication, Emotional Labor, and Age". Unpublished Doctoral Dissertation, Purdue University West Lafayette, Indiana.
- Ashforth, Blake E., and Humphrey Roland, H, (1993). "Emotional labor in service roles: The influence of identity". *Academy of management review*, 18(1), s.88-115.
- Bağcı, Zubeyir ve Bursalı MohanYeliz, (2015). "Duygusal Emegin İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Denizli İlinde Hizmet Sektöründe Görgül Bir Araştırma", *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(10), s.71-75.
- Bayram, Nuran, (2013). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları*, 2. bs.. Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Beğenirbaş, Memduh, (2015). "Psikolojik Sermayenin Çalışanların Duygu Gösterimleri ve İşe Yabancılaşmalarına Etkileri: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), s.249-263.
- Beğenirbaş, Memduh ve Çalışkan Abdullah, (2014). "Duygusal Emegin İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Kişilerarası Çarpıklığın Aracılık Rolü". *Business and Economics Research Journal*, 5(2), s.109-127.
- Beğenirbaş, M., ve Meydan Cem Harun, (2012). "Duygusal Emegin Örgütsel Vatandaşlık Davranışıyla İlişkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma". *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 1-24.
- Biron, Michal and March Van Veldhoven, (2012). "Emotional Labour İn Service Work: Psychological Flexibility And Emotion Regulation". *Human Relations*, 65(10), s.1259-1282.
- Brotheridge, Celeste M., and Grandey Alicia A, (2002). "Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of "People Work". *Journal of Vocational Behavior*,60(1), S.17-39.
- Buckner, John E. (2012). *Emotional Labor and Authentic Leadership*, Unpublished Doctoral Dissertation, Louisiana Tech University, Ruston.
- Chau, Samantha L., Dahling Jason J., Levy Paul E., and Diefendorff James M. (2009). "A Predictive Study of Emotional Labor and Turnover". *Journal of Organizational Behavior*, 30(8), s.1151-1163.
- Cheung, Franchis Yeu-Lok., and Tang Catherina So-Kum, (2010). "Effects of Age, Gender, and Emotional Labor Strategies on Job Outcomes: Moderated Mediation Analyses". *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 2(3), s.323-339.
- Cheung, Franchis and Wu Anise M. S, (2013). "Emotional Labour and Successful Ageing in The Workplace Among Older Chinese Employees". *Aging & Society*, 33(6), s.1036-1051.
- Chu, Kay Hei-Lin,(2002). *The Effects of Emotional Labor on Employee Work Outcomes*. Unpublished Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia
- Chu, Kay Hei-Lin and Suzanne K. Murrmann, (2006). "Development and Validation of The Hospitality Emotional Labor Scale". *Tourism Management*, 27(6), s.1181-1191.
- Cole, Graham, (2015). "Emotional Management in The Workplace: Age and Experience As Key Influences". *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 29(4), s.31-33.
- Cote, Stéphane, and Laura M. Morgan, (2002). "A Longitudinal Analysis of The Association Between Emotion Regulation, Job Satisfaction, and Intentions To Quit". *Journal of Organizational Behavior*, 23(8), s.947-962.
- Cottingham, Marci D., Rebecca J. Erickson, and James M. Diefendorff, (2015). "Examining Men's Status Shield and Status Bonus: How Gender Frames The Emotional Labor and Job Satisfaction of Nurses". *Sex Roles*, 72(7-8), s.377-389.
- Dahling, Jason J., and Luis A. Perez, (2010). "Older Worker, Different Actor? Linking Age and Emotional Labor Strategies". *Personality and Individual Differences*, 48(5), s.574-578.
- Diefendorff, James M., Meredith H. Croyle, and Robin H. Gosserand. (2005). "The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies". *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), s.339-357.
- Dursun, Bayram N, ve Aytaç, S. (2011). "Duygusal Emegin İş Tatmini ve Tükenme Düzeyi Üzerine Etkisi", 17. Ulusal Ergonomi Kongresi, s.14-16.
- Enki, Ayşegül, (2019). *Duygusal Emek ve İş Koliklik Arasındaki İlişki: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Erickson, Rebecca J. (2005). "Why Emotion Work Matters: Sex, Gender, and The Division of Household Labor". *Journal of marriage and family*, 67(2), s.337-351.
- Erickson, J. R., and Christian Ritter. (2001). "Emotional Labor, Burnout, and İnauthenticity: Does Gender Matter?." *Social Psychology Quarterly*, 64(2), s.146-163.
- Ghalandari, Kamal, and Maryam Ghorbani Ghale Jogh, (2012). "The Effect of Emotional Labor Strategies (Surface Acting and Deep Acting) on Job Satisfaction and Job Burnout in Iranian Organizations: The Role of Emotional Intelligence". *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(12), s. 24-31.
- Goodwin, R.E., Groth, M., and Frenkel, S.J., (2011). "Relationships Between Emotional Labor, Job Performance, And Turnover". *Journal of Vocational Behavior* , 79 (2), s.538- 548.
- Grandey, Alicia A, (2000). "Emotional Regulation in The Workplace: A New Way To Conceptualize Emotional Labor". *Journal of occupational health psychology*, 5(1),s. 95.-110.

- Grandey, Alicia A, (2003). "When "The Show Must Go On": Surface Acting And Deep Acting As Determinants Of Emotional Exhaustion And Peer-Rated Service Delivery". *Academy of management Journal*, 46(1), s.86-96
- Hochschild, Arlie Russell, (1990). Ideology and emotion management: A perspective and path for future research. In T. D. Kemper (Ed.), *Research agendas in the sociology of emotions* (pp.117-142). Albany, N. Y: State University of New York Press.
- Hochschild, Arlie Russell,(1993). Preface. In S. Finemen (Ed.), *Emotion in Organizations* (p. xixiii). Newbury Park, CA: Sage Publication.
- Hochschild, Arlie Russell, (1979). "Emotion Work, Feeling Rules, And Social Structure". *American journal of sociology*, 85(3), s.551-575.
- Hochschild, Arlie Russell, (2003). *The Managed Heart: Commercialization Of Human Feeling*. Berkeley: University of California.
- Hochschild, Arlie Russell, (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Kızanıklı, Murat, (2014). Otel İşletmelerinde Duygusal Emek Öncüllerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.Yayımlanmamış Doktora Tezi,Gazi Üniversitesi,Ankara
- Keleş, Yasin, (2014). Örgütsel Adaletin Duygusal Emek Üzerindeki Etkisi: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kim, Hyun Jeong, (2008). "Hotel Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents And Effects On Burnout". *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), s.151-161.
- Kruml, Susan M., and Deanna Geddes, (2000). "Exploring the dimensions of emotional labor: The heart of Hochschild's work". *Management communication quarterly*, 14(1), s.8-49.
- Lee, Hyun Jung, (2016). "Effects of Public-Service Employee Age and Performance of Emotional Labor on Job Pride". *Social Behavior and Personality: an international journal*, 44(8), s.1339-1348.
- Leidner, Robin, (1999). "Emotional Labor İn Service Work". *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*, 561(1), s. 81-95.
- Martínez-İñigo, David, et al (2007). "Emotional Labour and Emotional Exhaustion:Interpersonal and İntrapersonal Mechanisms",*Work & Stress*,21(1), s.30-47.
- Meier, Kenneth J., Sharon H. Mastracci, and Kristin Wilson, (2006). "Gender And Emotional Labor İn Public Organizations: An Empirical Examination Of The Link To Performance". *Public Administration Review*, 66(6), s.899-909.
- Morris, J. Andrew, and Daniel C. Feldman, (1996). "The Dimensions, Antecedents, And Consequences Of Emotional Labor". *Academy Of Management Review*, 21(4), 986-1010.
- Savaş, Ahmet Cezmi, (2012). İlköğretim Okul Müdürlerinin Duygusal Zekâ ve Duygusal Emek Yeterliliklerinin Öğretmenlerin İş Doyumuna Etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Schmidt, Klaus-Helmut, and Stefan Diestel, (2014). "Are Emotional Labour Strategies By Nurses Associated With Psychological Costs? A Cross-Sectional Survey." *International Journal of Nursing Studies*, 51(11), s.1450-1461.
- Seery, Brenda L., and Elizabeth A. Corrigan, (2009). "Emotional Labor: Links to Work Attitudes and Emotional Exhaustion". *Journal of Managerial Psychology*, 24(8), s.797-813.
- Sezer, Aydın F, (2017). Banka Çalışanlarının Çatışma Yönetim Tarzı ile Duygusal Emek Harcama Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin Araştırılması: Kars İli Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kafkas Üniversitesi, Kars.
- Tekin, Osman, (2018). Duygusal Emek ile İş Doyumu Arasındaki İlişkide Psikolojik Sermayenin Aracılık Rolü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Schaubroeck, John, and James R. Jones, (2000). "Antecedents of Workplace Emotional Labor Dimensions And Moderators of Their Effects on Physical Symptoms". *Journal of Organizational Behavior*, 21, s.163 -183.
- Simon, Robin W., and Leda E. Nath, (2004). "Gender and Emotion in The United States: Do Men and Women Differ in Self-Reports of Feelings And Expressive Behavior?." *American Journal of Sociology*, 109(5), s.1137-1176.
- Walsh, Gianfranco, and Boris Bartikowski, (2013). "Employee Emotional Labour and Quitting Intentions: Moderating Effects of Gender And Age". *European Journal Of Marketing*, 47(8), s.1213-1237.
- Wharton, Amy S, (1999). "The Psychosocial Consequences of Emotional Labor". *The Annals of The American Academy of Political And Social Science*, 561(1), s.158-176.
- Wharton, Amy S., and Rebecca I. Erickson, (1993). "Managing Emotions on The Job and at Home: Understanding The Consequences of Multiple Emotional Roles". *Academy of Management Review*, 18(3), s.457-486.
- Yang, Feng-Hua, and Chen-Chieh Chang, (2008). "Emotional Labour, Job Satisfaction and Organizational Commitment Amongst Clinical Nurses: A Questionnaire Survey". *International Journal of Nursing Studies*, 45(6), s. 879-887.

Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi¹

Investigation of Brand Identification of University Students Using Smart Phones in Terms of Demographic Variables

Onur ŞAYLAN*
Emrah TOKGÖZ**

ÖZ

Tüketiciler ile markalar arasındaki ilişkileri açıklayan kavramlar giderek önem kazanmaktadır. Bu kavramlardan birisi de marka özdeşleşmesidir. Çünkü marka özdeşleşmesi, tüketicinin bir marka ile aynı kişisel tanımlamaların paylaşılmasıdır ve tüketicinin markaya olan algılanan duygusunun şiddeti göz önüne alınır. Akıllı telefonlar, genç tüketiciler tarafından günlük yaşamlarında en çok kullanılan markalı ürünlerdir. Bu nedenle, araştırmanın amacı, akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşme seviyelerinin incelenerek bazı demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırma evrenini, 17-25 yaş arası öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında, kümelere göre örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Alanyazından yararlanarak, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış marka özdeşleşmesi ölçeği kullanılarak, 294 adet anket toplanmıştır. Elde edilen veriler tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik ve faktör analizleri kullanılarak incelenmiştir. Öğrencilerin demografik değişkenleri yardımıyla, marka özdeşleşme seviyelerine ilişkin fark analizleri, bağımsız örneklem t testi, bağımsız örneklem tek yönlü varyans (ANOVA) ve Post Hoc testleriyle yapılmıştır. Sonuçlara göre, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri akıllı telefon değiştirme sayısına, telefon hattı faturasına ve akıllı telefonlarının markasına göre anlamlı şekilde değiştiği ortaya konmuştur. Farklılığın belirlendiği demografik değişkenlerin üçünün de parasal değerlere ilişkin olduğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyete, yaşa, aile aylık gelir durumuna, harçlıklarına, akıllı telefon kullanma yılı ve kullanılan operatöre göre anlamlı şekilde değişmediği belirlenmiştir. Çalışma hem teorik hem de uygulamalı olarak önemli sonuçlar sunmaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Marka Özdeşleşmesi, Akıllı Telefon Kullanımı, Demografik Değişkenler.

ABSTRACT

Concepts that explain the relationship between consumers and brands are becoming increasingly important. One of these concepts is brand identification. Because brand identification is the sharing of the same personal definitions of the consumer with a brand and the severity of the perceived sense of the consumer towards the brand is taken into consideration. Smart phones are the branded products most used by young consumers in their daily lives. Therefore the aim of the research is to investigate of brand identification of university students using smart phones in the context of demographic variables. In the scope of the research, using self-completion survey method, students between 17-25 have been selected resulting in 294 usable completed questionnaires. As a sampling method, sampling method according to clusters was used. The obtained data were analyzed using descriptive statistics, reliability and factor analysis. With the students' demographic variables, variance analysis of brand identification were performed by independent sample t test, independent sample one-way variance (ANOVA) and Post Hoc tests. As a result of the study, it was determined that the brand identification levels of the students are significantly changed according to the number of smartphone exchange, bill and smartphone brand. It is noteworthy that three of the demographic factors that determine the difference are related to monetary values. On the other hand, it was determined that the brand identification levels of the students are not significantly changed according to gender, age, family monthly income, pocket money, the year of use and the used operator. The study offers important implications for both teorik and applied.

KEYWORDS

Brand Identification, Smartphone Use, Demographic Variables.

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 12.11.2018 | 12.11.2019 |
| Atıf | Şaylan, O. ve Tokgöz, E. (2019). Akıllı Telefon Kullanan Üniversite Öğrencilerinin Marka Özdeşleşmesinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 729-741. |

¹ Araştırmanın özeti, 29.09.2018 tarihinde IX. IBANESS Kongresi Edirne'de sunulmuştur.

* Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, onursaylan@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7013-0415

** Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, emrahtokgoz@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3761-9934

GİRİŞ

Tüketiciler, markaları sadece iyi çalıştığı için satın almazlar ayrıca hayatlarına kattıkları anlamlardan dolayı da satın alırlar (Tokgöz, 2019:94). Markalar sembolik anlamlar taşıdığı için tüketicilerin kişisel duygularının gelişiminde, kendisini temsil eden amaçlara ulaşmada, kişisel ve sosyal kimliklerinin oluşumunda önemli faktörlerinden biridir (Popp ve Woratschek, 2017:47; So ve diğ., 2107:641). Araştırmalar, hem tüketici davranışları hem de etkili marka yönetimi için tüketicilerin markalar ile tanımlanmasının ne anlama geldiği üzerine odaklanmıştır. Markalar tüketici kimliklerini şekillendirirken onlarla iletişime geçme ve onları bilgilendirme yeteneğine sahiptir (Sauer ve diğ., 2012:406). Bu nedenle pazarlama araştırmaları, hem firmalar hem de tüketicilere sayısız faydalar sağladığından dolayı ciddi ölçüde markalara odaklanmıştır. Birçok araştırma güçlü markanın önemini kabul etmiştir ve onun oluşturulması için çeşitli yollar aramıştır (Kumar ve Kaushik, 2017:1248).

Araştırmalara göre ürünlerin çeşitliliği ile insanların tüketim davranışları arasındaki ilişkiler değişmekte ve böylece bazı tüketici davranışlarının zaman içinde önem kazanmaya başladığı ve bazılarının da önemini yitirdiği görülmektedir (Pinto ve diğ., 2017:66; Tokgöz, 2018:2). Bu süreçte giderek önem kazanan kavramlardan birisi de özdeşleşmedir. Özdeşleşme, kişinin içinde bulunduğu gruba ilişkin aidiyet ve bağlılık duygusu olarak tanımlanabilir (Yayak, 2017:561). Marka özdeşleşmesi ise marka ile güçlü duygusal bağı ve markaya olan aitlik hissini ifade eder. Marka ile özdeşleşen birey, markanın başarısına ve başarısızlığına dâhil olur (Berrozpe ve diğ., 2018:3). Marka özdeşleşmesi marka bağlılığı, marka memnuniyeti, markaya olan güven ve tüketicilerin yeniden satın alma niyeti ile yüksek derecede ilişki içinde olan bir kavram olarak karşımıza çıktığından giderek önem kazandığı görülmektedir (So ve diğ., 2107:641; Carr ve Hayes, 2017:4).

Son yıllarda akıllı telefonlar dünya çapında hızlı bir şekilde yaygın hale gelmeye başlamıştır (Azizi ve Daei, 2014:123; Vassilakaki ve diğ., 2016:427; Aktaş ve Yılmaz, 2017:86). Büyük oranda artan internet ve akıllı telefon kullanımı özellikle gençlerin hayatında önemli bir yer işgal etmekte ve onların boş zaman faaliyetlerini etkilemektedir (Kim ve diğ., 2018:25; Jankovic ve diğ., 2016:356). 2017 yılında, 238 ülkeden toplanan verilerle hazırlanan, Dijitale Küresel Bakış raporuna göre dünyanın yarısından fazlası artık en az 1 adet akıllı telefon kullanmakta ve dünya genelinde web trafiğinin yarısından fazlası cep telefonu ile yapılmaktadır (İnternet erişimi, www.dijitalajanslar.com ve www.newzoo.com). Türkiye’de akıllı telefon kullanım oranları incelendiğinde; Türkiye’de halkın % 97,8’inde cep telefonu bulunmakta, bu oran içinde akıllı telefon kullanım oranı ise %53,8’dir. Akıllı telefon kullanan kesimin % 63’ü erkek % 37’si kadınlardan oluşmaktadır. Özellikle 25 yaşından küçük gençler akıllı telefon kullanım oranının en yüksek olduğu yaş grubunu oluşturmaktadır (İnternet erişimi, www.bardanos.com). Bu durum genç tüketiciler ile akıllı telefonları arasında iletişim işlevinin ötesinde anlam ifade etmeye başlayan duyguların da ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Bulduklı ve Özer, 2016:2971). Bu nedenle, yapılan araştırmalarla Türkiye’de üniversite öğrencilerinin akıllı telefon satın alma tercihlerini belirleyen özellikler, reklam çabalarının ötesinde farklı çalışmaların yapılmasını da gerektirmektedir (Çakır ve Demir, 2014:213).

Ülkemizde, öğrencilerin akıllı telefon seçimini etkileyen faktörler genel olarak incelendiğinde, görsel olarak hitap etmesi, estetik olarak ilginç gelmesi, hayal güçlerini kullanmaları ve farklı sosyal kimlik edinmelerini sağlamaları sıralanabilir (Tatlı, 2015:564). Diğer taraftan, 21-23 yaş grubundaki üniversite öğrencilerinin 27 yaş üzerinelere göre akıllı telefonlara daha fazla anlam yükledikleri görülmüştür. Dolayısıyla 21-23 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin 27 yaş aralığındakilere göre akıllı telefona daha bağlı oldukları anlaşılmaktadır (Kuyucu, 2017:320). Üniversite öğrencileri akıllı telefonu en çok sosyal iletişim ağlarına erişim için kullandıkları ve günlük ortalama kullanım süresinin dört saat ve üzeri olduğu ortaya konmuştur (Adıgüzel ve diğ., 2014:174; Minaz ve Bozkurt, 2017:268). Genç nüfus, akıllı telefonlarla bir hayli fazla zaman geçirmektedir. Bireyi beklediği sosyalleştirme düzeyine ulaştırmadığı, birey üzerinde ciddi bağımlılık duygusu yarattığı gibi olumsuz yönlerinden söz etmenin yanında; bilgiye hızlı erişim, güncel haberleri takip etme, sosyal medyayı aktif olarak kullanma, topluma uyum nedeniyle kullanılması ve sağladığı diğer faydalar nedeniyle akıllı telefonlar vazgeçilmez olarak tanımlanmaktadır (Tan ve diğ., 2013:610; Yusufoglu, 2017:2414). Buradan hareketle, araştırmanın amacı akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşme seviyeleri incelenerek bazı demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır.

1. MARKA ÖZDEŞLEŞMESİ

Özdeşleşme kavramı, insanların sahip olduğu duygusal bağın rehberliğinde ortaya çıkan benzer olma algısının oluştuğu süreç olarak tanımlanmış ve paylaşılan sembollerin çokluğu ile gelişim gösterebileceği belirtilmiştir (Tokgöz ve Seymen, 2013:63). İşletme bilimi için özdeşleşme ise bir bireyin bir firmaya ne ölçüde aitlik hissi taşıdığı ve firma ile ne ölçüde fikir birliği içinde olduğu algısıdır. Kendini firma ile tanımlayan

birey, firma ile ilişki içerisinde olur ve firmanın başarısını ve hatalarını sahiplenir. Bu nedenle özdeşleşme, bir firmanın kişinin kimliğini ne kadar ifade ettiğini ve geliştirdiğini yansıtır (Balaji ve diğ., 2016:3024).

Marka özdeşleşmesi yaklaşımı kavramsal olarak tüketici-firma özdeşleşmesi yaklaşımdan geliştirilmiştir (Yeh ve diğ., 2016:247). Marka özdeşleşmesi kavramı tanımlanırken, tüketicinin kendi benliğinin marka imajı ile ne ölçüde örtüştüğü veya tüketicinin markaya olan algılanan duygusunun şiddeti göz önüne alınır (Tuskej ve Podnar, 2018:5). Marka özdeşleşmesi, tüketicilerin bir marka ile aynı kişisel tanımlamaların paylaşılmasıdır. Buna göre, markaların ayrı bir kişiliğe ve kimliğe sahip olduğu söylenebilir. Markalar, tüketicilerin ürünün kalitesi hakkında anlam çıkarabileceği dışsal işaretler sunmanın yanında ayrıca rakiplerinden farklılaşmalarını da sağlayacak içsel bir kimliği de beraberinde getirmiş olur (Yeh ve diğ., 2016:247).

Bir bakış açısına göre sosyal kimlik teorisi, pazarlama literatüründe marka özdeşleşmesinin en önemli teorik temelidir (Elbedweihy ve diğ., 2016:2902; Coelho ve diğ., 2018:103). Çünkü sosyal kimlik teorisi, kişilerin benlik kavramını sosyal gruplar ve organizasyonlar ile bağlantıları aracılığıyla tanımlandığını ileri sürer. Benzer şekilde markalar da sosyal kimliğin yaratılmasında ve ifadesinde kolaylaştırıcı olabilmektedir. Müşteriler, markaları kim olduklarını tanımlarken kullanabilir. Dahası kişiler, kendilerini aynı marka ile tanımlayan müşteri gruplarının bir parçası olarak düşündükleri için markaya ilişkin sosyal benliğin oluşmasına yardımcı olabileceği ileri sürülür (Elbedweihy ve diğ., 2016:2902; Augusto ve Torres, 2018:4). Özellikle tanınmış markalar, tüketicilerin markayı destekleyen faaliyetler ile meşgul olmasını sağlamada daha avantajlıdır. Bu nedenle kolaylıkla ayırt edilebilen marka kimliği, kişisel ve sosyal bir kimlik sürdürmek için tüketicilere yardımcı olur (Alnawas ve Altarifi, 2015:115).

Tüketici marka özdeşleşmesi, pazarlamacıların müşterilerin zihninde oluşturmak istedikleri anlamlı derin ilişkilerin temel psikolojik altyapısını oluşturur (Kucharska, 2017:2). Yüksek düzeyde özdeşleşme ile tüketiciler firmanın tekliflerinden ne kadar memnun olursa, o kadar olumlu yorumlar yapar, yeni ürün ve hizmetleri denemeye istekli olur, firma ile ilgili olumsuz bilgilere direnç gösterir (Rather, 2018:493). Tüketicinin kendisini marka açısından sınıflandırması, düşünce davranış ve ekonomik kararlarına rehberlik eder. Marka özdeşleşmesi, tüketicinin marka ile doğrudan etkileşimi ve kendisini marka ile tanımladığı kişilik algısıyla ilgilidir (Carr ve Hayes, 2017:4). Yani marka ile özdeşleşme bir bireyin kişiliğinin gelişmesine katkıda bulunur ve bu kişiliğin savunulmasına bir araç sağlar. Bir markaya ya da onun hakkındaki mesajlara maruz kalmak marka ve tüketici arasında bilişsel ve duygusal bağın oluşmasına yol açar ve marka özdeşleşmesine katkıda bulunur (Palmer ve diğ., 2016:3034).

Özdeşleşme bireyin neden bir sosyal grubun üyesi olmaya başladığını açıklar. Bir birey kendini ait ve tanımlanmış hissettiği sosyal grubun bir üyesi olma eğilimindedir. Dolayısıyla tüketiciler marka ile ilişki kurarak ya da markaları satın alarak kendilerini tanımlayabilirler. Tüketicilerin ait olduğu ya da ait olmak istediği grup içerisinde markalar iyi bir üne sahipse, grup üyeleri bu markalara olumlu yönde değer verir. Marka özdeşleşmesi tüketicilerin sosyal çevresini oluşturan grup ile bütünleşmesini veya ayrışmasına olanak sağlar. Bu yüzden kendini belirli bir marka ile tanımlayan müşteri bu markaya yakın durmaya daha istekli olacaktır ve bu markayı tanıtmaktan gurur duyacak bu yüzden marka değeri de artacaktır (Loureiro ve diğ., 2014:5).

Büyük bir tüketici bağlılığının oluşması, bir marka ile tüketicinin özdeşleşmesi aracılığıyla başarılabilir (Nikhasemi ve diğ., 2017:187). Özdeşleşme, markalara önemli faydalar kazandıran bir kavramdır. Tüketiciler marka hakkında pozitif söylentiler yayar ve güçlü bir şekilde tanımladıkları markaya sadık olurlar (Davvetas ve Diamantopoulos, 2017:219). Markaların satın alınması ve tüketilmesi özdeşleşmenin güçlenmesine olanak sağlar. Tüketiciler markalarıyla özdeşleşerek, kendi benliklerini markaların özellikleriyle birleştirir ve bu kişilik tanımlarıyla diğerleriyle iletişim kurar. Bunun sonucunda, tüketiciler özel bir marka ile tanımlandığında, marka ile bir psikolojik ilişki kurar, taraf tutma davranışı sergiler ve içsel olarak markanın yararına çalışır (Becerra ve Badrinarayanan, 2013:373).

2. YÖNTEM

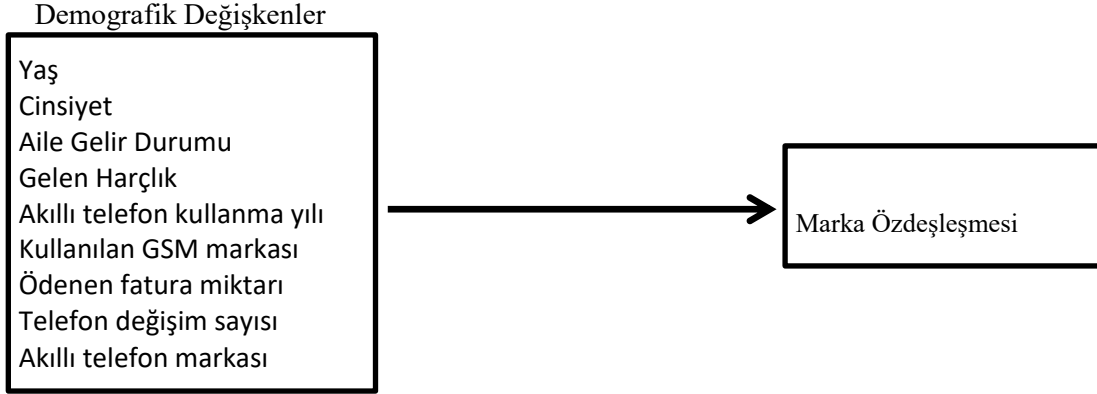
2.1. Veri Toplama ve Örneklem

Araştırmanın amacı, akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşmesinin demografik değişkenler açısından incelenmesidir. Alanyazından elde edilen teorik açıklamalarla Şekil 1'deki araştırma modeli çizilmiştir. Araştırmada olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden kümelere göre örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma evreni, Çan Meslek Yüksekokulunda kayıtlı 1000 öğrencidir. Örneklem büyüklüğünü hesaplamada, evreni belli olan hesaplama yöntemi kullanılmıştır. % 5 hata payı ve % 95 güven aralığı ölçütleri dikkate alındığında, örneklem büyüklüğü 278 olarak hesaplanmıştır (Kozak, 2015:113). Böylece, 350 adet

anket dağıtılmış ve 315 âdeti geri toplamıştır. Anketlerin geri dönüş oranı % 90'dır. 21 anket eksik doldurulduğu gerekçesiyle analizlere alınmamıştır. Sonuç olarak 294 adet anketle analizler yapılmıştır.

Anket formunda marka özdeşleşmesi, Sauer ve diğ. (2012) tarafından geliştirilen geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış 5 ifadeden oluşan bir ölçek ile belirlenmiştir. Oluşturulan anket formunda 5'li likert derecelemesinden yararlanılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik değişkenleri, yaş, cinsiyet, aile gelir durumu, gelen harçlık, akıllı telefon kullanma yılı, kullanılan GSM markası, ödenen fatura miktarı, telefon değişim sayısı ve akıllı telefon markası olarak belirlenmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırma modeli doğrultusunda geliştirilen hipotezler:

- H1: Marka özdeşleşme seviyesi, cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterir.
- H2: Marka özdeşleşme seviyesi, yaş açısından anlamlı farklılık gösterir.
- H3: Marka özdeşleşme seviyesi, aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık gösterir.
- H4: Marka özdeşleşme seviyesi, gelen harçlık bakımından anlamlı farklılık gösterir.
- H5: Marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon kullanma yılı bakımından anlamlı farklılık gösterir.
- H6: Marka özdeşleşme seviyesi, telefon değişim sayısı bakımından anlamlı farklılık gösterir.
- H7: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan GSM operatörü bakımından anlamlı farklılık gösterir.
- H8: Marka özdeşleşme seviyesi, ödenen GSM faturası bakımından anlamlı farklılık gösterir.
- H9: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan akıllı telefon markası bakımından anlamlı farklılık gösterir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. Analiz İçin Gereklikler

Çok değişkenli istatistik teknikleri kullanılarak veri analizi yapılmıştır. Mahalanobis uzaklık değeri kullanılarak uç değerler belirlenmiş, böylece çok değişkenli normallik varsayımı sağlanmıştır (Alpar, 2013:131). Çoklu sapan gözlemlerin belirlenmesinde t-testi yaklaşımı tercih edilmiştir. Gözlemleri çoklu sapan kabul etmek için Mahalanobis uzaklık değerinin parametre sayısını esas alan 0,001 anlamlılık düzeyinde Ki-Kare değerinden büyük olması gerekir (Kalaycı, 2016:212). Marka özdeşleşme değişkeni için 5 serbesti derecesinde, 0,001 anlam düzeyindeki Ki-kare değeri olan 20,515'den büyük olan çoklu sapan değer olmadığı görülmüştür (Laurencelle ve Dupuis, 2002:19; Karasar, 2009:270). Mahalanobis uzaklık değerleri küçükten büyüğe sıralandıktan sonra, [(anket no - 0.5) / n] olasılık değerleri hesaplanmıştır. Marka özdeşleşmesi değişkeninin mahalanobis değeri ve olasılık değeri için (5 maddelik ölçek) hesaplanan korelasyon 0,881 olarak bulunmuştur. Ulaşılan korelasyon değerlerinin, Kalaycı'da (2016:231) yer alan 5 serbesti derecesinde ve 0,010'daki kritik korelasyon katsayı değerleri olan 0,822'den büyük olmalıdır. Yapılan karşılaştırma sonucu (0,881 > 0,822), ölçekte elde edilen verilerin çok değişkenli normal dağılım gösterdiği kanaatine varılmıştır (Kalaycı, 2016:212).

3.2. Demografik Değişkenler

Anket formunu yanıtlayan katılımcının demografik özellikleri Tablo 1' verilmiştir. Katılımcılar 17-25 yaşları arasında, 195'i erkek, 89'unun aile geliri 2001-3000 TL arasında, 168'ine aylık 0-500 TL arasında harçlık gelmekte, 138'i 5 yıl ve üstünde akıllı telefon kullanmakta, 118'i GSM şirketi olarak Vodafone'u tercih etmiş, 114'ü aylık 31-50 TL arasında fatura ödemekte ve 97'sinin ikinci akıllı telefonu kullandığı belirlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı (N= 294)

| Demografik Özellikler | Frekans | Yüzde % | Demografik Özellikler | Frekans | Yüzde % |
|-------------------------------------|---------|---------|-------------------------------|---------|---------|
| Gelen Harçlık | | | Cinsiyet | | |
| 0-500TL | 168 | 57,1 | Erkek | 195 | 66,3 |
| 501-1000TL | 74 | 25,2 | Kadın | 99 | 33,7 |
| 1001-1500TL | 32 | 10,9 | Yaş | | |
| 1501-2000TL | 10 | 3,4 | 17 | 4 | 1,4 |
| 2001-2500TL | 2 | 0,7 | 18 | 44 | 15,0 |
| 2501 ve üstü | 3 | 1,0 | 19 | 59 | 20,1 |
| Boş | 5 | 1,7 | 20 | 94 | 32,0 |
| Akıllı Telefon Kullanma Yılı | | | 21 | 55 | 18,7 |
| 1 yıldan az | 15 | 5,1 | 22 | 15 | 5,1 |
| 1 yıl | 8 | 2,7 | 23 | 14 | 4,8 |
| 2 yıl | 26 | 8,8 | 24 | 4 | 1,4 |
| 3 yıl | 32 | 10,9 | 25 | 5 | 1,7 |
| 4 yıl | 71 | 24,1 | Ailenin Geliri | | |
| 5 yıl ve üstü | 138 | 46,9 | 1000'den az | 18 | 6,1 |
| Boş | 4 | 1,4 | 1001-2000TL | 83 | 28,2 |
| Kullanılan GSM Markası | | | 2001-3000TL | 89 | 30,3 |
| Turkcell | 80 | 27,2 | 3001-4000TL | 41 | 13,9 |
| Vodafone | 118 | 40,1 | 4001-5000TL | 29 | 9,9 |
| Türk Telekom (Avea) | 85 | 28,9 | 5001-6000TL | 11 | 3,7 |
| Boş | 11 | 3,7 | 6001TL üstü | 16 | 5,4 |
| Ödenen Fatura Miktarı | | | Boş | 7 | 2,4 |
| 0-30 TL | 113 | 38,4 | Telefon Değişim Sayısı | | |
| 31-50 TL | 114 | 38,8 | Hiç değişmedi | 35 | 11,9 |
| 51-80 TL | 34 | 11,6 | 2'nci telefonum | 97 | 33,0 |
| 81-120 TL | 14 | 4,8 | 3'üncü telefonum | 72 | 24,5 |
| 121 TL ve üstü | 10 | 3,4 | 4'üncü telefonum | 41 | 13,9 |
| Boş | 9 | 3,1 | 5 ve daha fazla sayıda | 42 | 14,2 |
| | | | Boş | 7 | 2,4 |

Araştırma kapsamında, katılımcılara kullandıkları akıllı telefon markası sorulmuştur. Tablo 2'de görüldüğü gibi, öğrencilerin 111'i Samsung, 91'i Apple, 18'i LG, 14'ünün General Mobile ve 13'ünün Huawei marka akıllı telefon kullandıkları belirlenmiştir. En çok tercih edilen ilk beş marka, tüm markaların % 84'ünü oluşturmaktadır.

Tablo 2: Kullanılan Akıllı Telefon Markaları

| Marka | Frekans | Yüzde % | Marka | Frekans | Yüzde % |
|----------------|---------|---------|---------------|------------|------------|
| Samsung | 111 | 37,7 | Xiaomi | 3 | 1,0 |
| Apple | 91 | 30,9 | Nokia | 3 | 1,0 |
| LG | 18 | 6,1 | Turkcell | 2 | 0,6 |
| General Mobile | 14 | 4,7 | Asus | 2 | 0,6 |
| Huawei | 13 | 4,4 | Microsoft | 1 | 0,3 |
| Casper | 7 | 2,3 | Motorola | 1 | 0,3 |
| Sony | 6 | 2,0 | Reeder | 1 | 0,3 |
| HTC | 6 | 2,0 | Vodafone | 1 | 0,3 |
| Lenovo | 4 | 1,3 | Belirtmemiş | 5 | 1,7 |
| Vestel | 5 | 1,7 | Toplam | 294 | 100 |

3.3. Marka Özdeşleşmesi Değişkenine Ait Betimleyici İstatistikler

Tablo 3'de görüldüğü gibi marka özdeşleşmesi değişkenini oluşturan ifadelerle ait betimleyici istatistikler verilmiştir. Katılımcılar, "kullandıkları akıllı telefon markalarına karşı çok güçlü olumlu duygular hissediyorum" şeklindeki ifadeyi en yüksek, "kullandıkları akıllı telefonun markasının benim için çok büyük bir kişisel anlamı var" şeklindeki ifadeyi de en düşük oranda katılmaktadır.

Tablo 3: Marka Özdeşleşmesi Betimleyici İstatistikleri (N=294)

| Marka Özdeşleşmesi | Ortalama | Std. Sapma |
|---|----------|------------|
| 1. Kullandığım cep telefonumun markasına karşı çok güçlü olumlu duygular hissediyorum | 3.37 | 1.25 |
| 2. Kullandığım cep telefonumun markasıyla güçlü bir şekilde özdeşleştiğimi hissediyorum | 3.21 | 1.25 |
| 3. Kullandığım cep telefonumun markası, duygularımı temsil ediyor | 2.66 | 1.25 |
| 4. Kullandığım cep telefonumun markası benim bir parçam gibidir | 2.57 | 1.43 |
| 5. Kullandığım cep telefonumun markasının benim için çok büyük bir kişisel anlamı var | 2.45 | .142 |
| Ortalama Marka Özdeşleşmesi (ölçek 1-5 arası) | 2.85 | 1.09 |

3.4. Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik, bir ölçme aracında yer alan bütün maddelerin bir biri ile tutarlılığını, ele alınan oluşumu ölçmedeki türdeşliğini ortaya koyan bir kavramdır. Güvenirliğin hesaplanmasında, yaygın olarak, tek uygulamaya dayanan Cronbach's Alpha yönetimi kullanılmaktadır. Güvenirlilik analizinde irdelenen bir diğer katsayı grubu ise, madde bütün korelasyon değeridir. Madde bütün korelasyon değeri; "bir ifade ile ölçekteki diğer soruların toplamından oluşan bütün arasındaki korelasyon değeridir". Madde bütün korelasyon değeri 0,250 değerinin altında olan sorular analizden çıkarılır" (Alpar, 2013:848).

Tablo 4: Marka Özdeşleşme Ölçeğinin Güvenilirliğine İlişkin Bulgular

| | Madde Silindiğinde Oluşan Madde Ortalaması | Madde Silindiğinde Oluşan Varyans Ortalaması | Madde Bütün Korelasyon Değer | Madde Silindiğinde Oluşan Cronbach's Alpha Değeri |
|---|--|--|------------------------------|---|
| Marka Özdeşleşmesi 1 | 10,904 | 21,452 | ,588 | ,881 |
| Marka Özdeşleşmesi 2 | 11,061 | 19,969 | ,740 | ,850 |
| Marka Özdeşleşmesi 3 | 11,615 | 19,746 | ,770 | ,843 |
| Marka Özdeşleşmesi 4 | 11,707 | 18,508 | ,757 | ,845 |
| Marka Özdeşleşmesi 5 | 11,826 | 18,792 | ,730 | ,852 |
| Toplam ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri | | | 0,881 | |
| Ölçeğin ilk yarısı için Cronbach's Alfa | | | 0,841 | |
| Ölçeğin ikinci yarısı için Cronbach's Alfa | | | 0,900 | |
| Ölçeğin madde bütün korelasyon değeri aralığı | | | 0,588 - 0,770 | |
| En küçük ve büyük çoklu R ² değeri | | | 0,525 - 0,706 | |

Çalışmada, marka özdeşleşmesi güvenirlilik analizine alınmıştır. Marka özdeşleşmesi değişkenine ilişkin güvenirlilik analizi sonuçları Tablo 4'de sunulmuştur. Güvenirlilik analizi; ölçeğin tamamına ve ölçeği ikiye bölmeye göre Cronbach's Alpha değerlerine bakılarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca güvenirlilik analizinde, madde silindiğinde oluşan madde ortalaması, varyans ortalaması, madde bütün korelasyon ve madde silindiğinde oluşan Cronbach's Alpha değerleri de incelenmiştir.

Marka özdeşleşmesi ölçeğinin güvenilirliğine ilişkin bulgular incelendiğinde; 5 maddeden oluşan ölçeğin toplam Cronbach's Alpha değerinin 0,881, ilk yarısı için Cronbach's Alfa değerinin 0,841, ikinci yarısı için Cronbach's Alfa değerinin 0,900 olduğu ve madde bütün korelasyon değerlerinin 0,250'den büyük 0,588-0,770 arasında değiştiği görülmüştür. Sonuç olarak, marka özdeşleşme ölçeğinin alfa katsayılarına bakıldığında yüksek derecede güvenilir olduğu kanaatine varılmıştır (Kalaycı, 2016:412).

3.5. Faktör Analizi

Marka Özdeşleşmesi Faktör Analizi: Marka özdeşleşmesi ölçeğinin yapı geçerliliğinin sınanabilmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi ile incelenmiştir. KMO değeri 0,792'dir. Barlett Sphericity testi sonuçları da anlamlıdır ($\chi^2=912,358$; $p<0,000$). Her iki test sonucuna bakıldığında, marka özdeşleşmesi ölçeğine ilişkin verilere faktör analizi yapılmasının uygun olacağı görülmüştür. Tablo 5'de görüldüğü gibi, faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük tek boyut belirlenmiştir. Belirlenen tek boyut toplam varyansın % 68,051'ini açıklamaktadır.

Tablo 5: Marka Özdeşleşmesi Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

| FAKTÖRLER | Eşkökenlilik | Yükü | Öz Değeri | Varyans % | Ortalama | Güvenirlilik |
|----------------------|--------------|------|-----------|-----------|----------|--------------|
| MARKA ÖZDEŞLEŞMESİ | | | 3,403 | 68,051 | 2,85 | ,881 |
| Marka Özdeşleşmesi 1 | ,529 | ,727 | | | | |
| Marka Özdeşleşmesi 2 | ,708 | ,841 | | | | |
| Marka Özdeşleşmesi 3 | ,744 | ,862 | | | | |
| Marka Özdeşleşmesi 4 | ,727 | ,853 | | | | |
| Marka Özdeşleşmesi 5 | ,696 | ,834 | | | | |

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: % 79

Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 912,358; s.d.: 10; p<0,0001

Açıklanan toplam varyans: % 68,051

Ölçek: 1-5 arası

3.6. Hipotez Testleri

Cinsiyete göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı t-testi ile yapılmıştır. Tablo 6'da görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyete göre anlamlı ($0,050 < 0,225$) bir farklılık yoktur. Genel olarak ortalamalara bakıldığında, erkeklerin akıllı telefon markalarıyla olan özdeşleşme seviyeleri (2,866) kadınlardan yüksektir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki **H1 kabul edilmemiştir**.

Tablo 6: Cinsiyete Göre Marka Özdeşleşmesi t-testi Sonuçları

| | N | Ortalama | F değeri | Anlamlılık |
|-------|-----|----------|----------|------------|
| Erkek | 195 | 2,866 | 1,476 | ,225 |
| Kadın | 99 | 2,834 | | |

Yaşa göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı bağımsız örneklem tek yönlü varyans (ANOVA) ve Post Hoc testleriyle yapılmıştır. Tablo 7'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri yaşa (17-25 arası) göre anlamlı ($0,050 < 0,992$) bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, yaş açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki **H2 kabul edilmemiştir**.

Tablo 7: Yaşa Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 1,871 | 8 | ,234 | ,191 | ,992 | Yok |
| Grup İçi (Within Groups) | 348,334 | 285 | 1,222 | | | |
| Toplam | 350,205 | 293 | | | | |

Aile aylık gelirine göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 8'de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri aile aylık gelir durumuna göre anlamlı ($0,050 < 0,139$) bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, "marka özdeşleşme seviyesi, aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık gösterir" şeklindeki **H3 kabul edilmemiştir**.

Tablo 8: Aile Aylık Gelir Durumuna Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 11,242 | 6 | 1,874 | 1,627 | ,139 | Yok |
| Grup İçi (Within Groups) | 332,354 | 280 | 1,151 | | | |
| Toplam | 333,596 | 286 | | | | |

Öğrencilerin harçlık miktarına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 9’da görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri harçlık miktarına göre anlamlı bir farklılık ($0,050 < 0,156$) göstermemektedir. Buna göre, “marka özdeşleşme seviyesi, gelen harçlık bakımından anlamlı farklılık gösterir” şeklindeki **H4 kabul edilmemiştir**.

Tablo 9: Harçlık Bakımından Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 9,447 | 5 | 1,889 | 1,614 | ,156 | Yok |
| Grup İçi (Within Groups) | 331,273 | 283 | 1,171 | | | |
| Toplam | 340,720 | 288 | | | | |

Akıllı telefon kullanma yılına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 10’da görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri akıllı telefon kullanma yılına göre anlamlı ($0,050 < 0,114$) bir farklılık göstermemektedir. Buna göre, “marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon kullanma yılı bakımından anlamlı farklılık gösterir” şeklindeki **H5 kabul edilmemiştir**.

Tablo 10: Akıllı Telefon Kullanma Yılına Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 10,523 | 5 | 2,105 | 1,795 | ,114 | Yok |
| Grup İçi (Within Groups) | 332,939 | 284 | 1,172 | | | |
| Toplam | 343,462 | 289 | | | | |

Akıllı telefon değiştirme sayısına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 11’de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri akıllı telefon değiştirme sayısına göre anlamlı bir farklılık ($0,050 > 0,008$) göstermektedir. 5 defa akıllı telefon değiştiren öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri, 2 defa değiştirenlere göre daha yüksektir. Buna göre, “marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon değiştirme sayısına göre anlamlı farklılık gösterir” şeklindeki **H6 kabul edilmiştir**.

Tablo 11: Akıllı Telefon Değiştirme Sayısına Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|-------------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 18,238 | 5 | 3,648 | 3,172 | ,008 | 5 - 2 yıl arasında (5 yüksek) |
| Grup İçi (Within Groups) | 323,097 | 281 | 1,150 | | | |
| Toplam | 341,334 | 286 | | | | |

Kullanılan GSM operatörüne göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 12’de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri kullanılan GSM operatörüne göre anlamlı bir farklılık ($0,050 < 0,902$) göstermemektedir. Buna göre, “marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan GSM operatörü bakımından anlamlı farklılık gösterir” şeklindeki **H7 kabul edilmemiştir**.

Tablo 12: Kullanılan GSM Operatörüne Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 0,249 | 2 | 0,125 | ,103 | ,902 | Yok |
| Grup İçi (Within Groups) | 337,332 | 280 | 1,205 | | | |
| Toplam | 337,581 | 282 | | | | |

Aylık GSM faturasına göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 13’de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri aylık GSM faturasına göre anlamlı bir farklılık ($0,050 > 0,011$) göstermektedir. 120 TL ve üstünde aylık GSM faturası ödeyenlerin, 0-30 TL ödeyenlere göre marka özdeşleşme seviyeleri daha yüksektir. Buna göre, “marka özdeşleşme seviyesi, ödenen GSM faturası bakımından anlamlı farklılık gösterir” şeklindeki **H8 kabul edilmiştir**.

Tablo 13: Aylık GSM Faturasına Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|---------------------------|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 15,438 | 4 | 3,859 | 3,346 | ,011 | 5 – 1 arasında (5 yüksek) |
| Grup İçi (Within Groups) | 332,931 | 280 | 1,153 | | | |
| Toplam | 338,368 | 284 | | | | |

Kullanım oranı en yüksek ilk beş markaya göre marka özdeşleşme seviyeleri arasında fark olup olmadığı ANOVA testiyle yapılmıştır. Tablo 14’de görüldüğü gibi marka özdeşleşme seviyeleri en çok tercih edilen beş markaya (Samsung, Apple, LG, General Mobile ve Huawei) göre anlamlı bir farklılık ($0,050 > 0,003$) göstermektedir. Apple ve Samsung marka kullananlar arasında, Apple’ın marka özdeşleşme seviyesi Samsung’a göre anlamlı seviyede yüksektir. Diğer taraftan, Apple ve LG marka kullananlar arasında, Apple’ın marka özdeşleşme seviyesi LG’ye göre anlamlı seviyede yüksektir. Buna göre, “marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan akıllı telefon markası bakımından anlamlı farklılık gösterir” şeklindeki **H9 kabul edilmiştir**.

Tablo 14: Kullanım Oranı En Yüksek İlk Beş Markaya Göre Marka Özdeşleşmesi ANOVA Testi Sonuçları

| | Kareler Toplamı (Sum of Squares) | Serbestlik Derecesi (df) | Karelerin Ortalaması (Mean Square) | F değeri | Anlamlılık | Farklar (PostHoc Test) |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------|------------|--|
| Gruplar Arası (Between Groups) | 18,022 | 4 | 4,506 | 4,087 | ,003 | Apple - Samsung arasında (Apple büyük) |
| Grup İçi (Within Groups) | 266,750 | 242 | 1,102 | | | |
| Toplam | 284,772 | 246 | | | | Apple - LG arasında (Apple büyük) |

Tablo 15’de görüldüğü gibi hipotezlerin kabul edilme durumları özetlenmiştir. Öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri telefon değiştirme sayısına, GSM fatura miktarına ve akıllı telefonun markasına göre anlamlı şekilde değişmektedir. Diğer taraftan, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyete, yaşa, aile aylık gelir durumuna, harçlık bakımından, akıllı telefon kullanma yılı ve kullanılan GSM operatörüne göre anlamlı şekilde değişmediği belirlenmiştir.

Tablo 15: Hipotezlerin Kabul Edilme Durumu

| Hipotez | Sonuç |
|--|-------------------------|
| H1: Marka özdeşleşme seviyesi, cinsiyet açısından anlamlı farklılık gösterir. | Kabul Edilmemiştir |
| H2: Marka özdeşleşme seviyesi, yaş açısından anlamlı farklılık gösterir | Kabul Edilmemiştir |
| H3: Marka özdeşleşme seviyesi, aile gelir durumu açısından anlamlı farklılık gösterir | Kabul Edilmemiştir |
| H4: Marka özdeşleşme seviyesi, gelen harçlık bakımından anlamlı farklılık gösterir | Kabul Edilmemiştir |
| H5: Marka özdeşleşme seviyesi, akıllı telefon kullanma yılı bakımından anlamlı farklılık gösterir. | Kabul Edilmemiştir |
| H6: Marka özdeşleşme seviyesi, telefon değişim sayısı bakımından anlamlı farklılık gösterir (daha çok akıllı telefon değiştirenlerin özdeşleşme seviyeleri yüksek) | Kabul Edilmiştir |
| H7: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan GSM operatörü bakımından anlamlı farklılık gösterir | Kabul Edilmemiştir |
| H8: Marka özdeşleşme seviyesi, ödenen GSM faturası bakımından anlamlı farklılık gösterir (faturası yüksek olanların özdeşleşme seviyeleri yüksek) | Kabul Edilmiştir |
| H9: Marka özdeşleşme seviyesi, kullanılan akıllı telefon markası bakımından anlamlı farklılık gösterir (Apple kullananların özdeşleşme seviyeleri, Samsung ve LG kullananlara göre yüksek) | Kabul Edilmiştir |

SONUÇ

Araştırmanın amacı, akıllı telefon kullanan üniversite öğrencilerinin marka özdeşleşme seviyelerinin incelenerek bazı demografik değişkenler açısından fark olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırma sonuçlarına göre; öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri telefon değiştirme sayısına, GSM fatura miktarına ve akıllı telefonun markasına göre anlamlı şekilde değişmektedir. Diğer taraftan, öğrencilerin marka özdeşleşme seviyeleri cinsiyete, yaşa, aile aylık gelir durumuna, harçlık bakımından, akıllı telefon kullanma yılı ve kullanılan GSM operatörüne göre anlamlı şekilde değişmediği belirlenmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin kabul veya kabul edilmemesine ilişkin sonuçlar Tablo 15’de verilmiştir.

Tüketicilerin demografik faktörlerinden; telefon değişim sayısı, fatura miktarı ve akıllı telefonun markası bakımından özdeşleşme seviyeleri farklılık göstermiştir. Buna göre, farklılığın belirlendiği demografik faktörlerin hepsinin maddi değerlere ilişkin olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle, Apple marka akıllı telefonun özdeşleşme seviyesi, yaygın kullanım oranı olan Samsung marka akıllı telefona göre anlamlı şekilde yüksek çıkması önemli bir noktadır. Bu sonuca göre marka özdeşleşme seviyesi yüksek olan kişilerin; marka değeri, marka bilinci, marka prestiji, marka tercihi yüksek veya farklılık arayan tüketicilerden meydana geldiği söylenebilir. Ayrıca gösterişi tüketim yapan kişilerin marka özdeşleşme seviyelerinin de yüksek olabileceği düşünülebilir.

Araştırmada, marka özdeşleşme seviyesi Sauer ve diğ. (2012) geliştirdiği ölçekle belirlenmiştir. Alanyazında yapılan benzer araştırmalar incelendiğinde; Azizi ve Daei (2014), cep telefonu müşterileri üzerinde yaptığı araştırmada, markalarıyla özdeşleşme seviyesini 3 (5’li likert) ve güvenilirlik seviyesini 0,81 olarak belirlemiştir. Yeh ve diğ. (2016) cep telefonu müşterileri üzerinde yaptığı araştırmada marka

özdeşleşme seviyesini 4,5 (7'li likert) ve güvenilirlik seviyesini 0,90 olarak belirlemiştir. Yapılan araştırmada, 17-25 yaş arası genç tüketicilerin cep telefon markalarıyla özdeşleşme düzeyleri 2,85 (5'li likert) gibi ortalamanın hemen üstünde ve güvenilirlik seviyesi 0,88 olarak saptanmıştır. Buna göre araştırmada ulaşılan sonuçlarla alanyazında yapılan araştırmalarda ulaşılan sonuçların uyumluluk gösterdiği anlaşılmıştır.

Araştırma, tüketicilerin cep telefon markalarını hedef alarak yapılmıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmaların, farklı ürün, marka veya işletme hedef alarak tekrarlanması konunun genelleşmesine yardımcı olacaktır. Araştırma sadece sözü edilen okulda eğitim gören ve belirli yaş grubundaki tüketicileri kapsamaktadır. İleride yapılacak araştırmalarda farklı yaş veya sosyal gruplar veya farklı değişkenlerle ilişkileri incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, Z., ve Eksili, N. (2014) “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1, 19, 165-181.
- Aktaş, H. ve Yılmaz, N. (2017) “Üniversite Gençlerinin Yalnızlık ve Utangaçlık Unsurları Açısından Akıllı Telefon Bağımlılığı”, International Journal of Social Sciences and Education Research, 3, 1, 85-100.
- Alnawas, I. ve Altarifi, S. (2016) “Exploring The Role of Brand Identification and Brand Love in Generating Higher Levels of Brand Loyalty”, Journal of Vacation Marketing, 22, 2, 111-128.
- Alpar, R. (2013) Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Augusto, M., ve Torres, P. (2018) “Effects of Brand Attitude And Ewom On Consumers’ Willingness To Pay In The Banking Industry: Mediating Role Of Consumer-Brand Identification And Brand Equity”, Journal Of Retailing And Consumer Services, 42, 1-10.
- Azizi, S. ve Daei, Z. (2014) “A Model Of Factors’ Effects On Brand Identification: Evidence From Iran”, Asian Academy of Management Journal, 19, 2, 123-139.
- Balaji, M., Roy, S. K., ve Sadeque, S. (2016) “Antecedents And Consequences Of University Brand Identification”, Journal Of Business Research, 69, 3023-3032.
- Becerra, E. P., ve Badrinarayanan, V. (2013) “The Influence Of Brand Trust And Brand Identification On Brand Evangelism”, Journal Of Product & Brand Management, 22(5), 371-383.
- Berrozpe A, Campo S. ve Yague J. M. (2017) “Am I Ibiza? Measuring Brand Identification in the Tourism Context”, Journal of Destination Marketing & Management, 1-11.
- Bulduklu, Y., ve Özer, N. P. (2016) “Gençlerin Akıllı Telefon Kullanım Motivasyonları”, İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi, 5, 8, 2963-2986.
- Carr, C. T., ve Hayes, R. A. (2017) “Identity Shift Effects Of Self-Presentation And Confirmatory And Disconfirmatory Feedback On Self-Perceptions Of Brand Identification”, Media Psychology, 1-27. Doi:10.1080/15213269.2017.1396228
- Coelho, P. S., Rita, P., ve Santos, Z. R. (2018) “On The Relationship Between Consumer-Brand Identification, Brand Community, And Brand Loyalty”, Journal Of Retailing And Consumer Servis, 43, 101-110.
- Çakır, F., ve Demir, N. (2014) “Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Satın Alma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29, 1, 213-243.
- Davvetas, V., ve Diamantopoulos, A. (2017) “Regretting Your Brand-Self?” The Moderating Role Of Consumer-Brand Identification On Consumer Responses To Purchase Regret”, Journal Of Business Research, 80, 218-227.
- Elbedweihy, A. M., Jayawardhena, C., Elsharnouby, M. H., ve Elsharnouby, T. H. (2016) “Customer Relatinoship Building: The Role Of Brand Attractiveness And Consumer-Brand Identification”, Journal Of Business Research, 69, 2901-2910.
- İnternet Erişimi (10.05.2018). [Http://Bardonos.Com/Blog/Turkiyede-Rakamlarla-Akilli-Telefon-Kullanimi](http://Bardonos.Com/Blog/Turkiyede-Rakamlarla-Akilli-Telefon-Kullanimi). [Http://Bardonos.Com](http://Bardonos.Com).
- İnternet Erişimi (11.06.2018). www.dijitalajanslar.com.
- İnternet Erişimi (20.05.2018). www.newzoo.com.
- Jankovic, B., M. N., Vukonjanski, J., ve Terek, E. (2016) “The Impact of Facebook And Smart Phone Usage On The Leisure Activities And College Adjustment Of Students in Serbia”, Computers in Human Behavior, 55, 354-363.
- Kalaycı, Ş. (2016) SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karasar, N. (2009) Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler, Nobel Yayın, Ankara.
- Kim, K., Milne, G. R., ve Bahl, S. (2018) “Smart Phone Addiction And Mindfulness: An Intergenerational Comparison”, International Journal Of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, 12, 1, 25-43.
- Kozak, M. (2015) Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kucharska, W. (2017) “Consumer Social Network Brand Identification And Personal Branding. How Do Social Network Users Choose Among Brand Sites”, Cogent Business & Management, 4, 1-19.
- Kumar, V., ve Kaushik, A. K. (2017) “Achieving Destination Advocacy And Destination Loyalty Through Destination Brand Identification”, Journal Of Travel & Tourism Marketing, 34, 9, 1247-1260.
- Kuyucu, M. (2017) “Gençlerde Akıllı Telefon Kullanımı ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Sorunsalı: “(Akıllı Telefon Kolik)” Üniversite Gençliği”, Global Media Journal TR Edition, 7, 14, 320-351.
- Laurencelle, L. ve Dupuis F. (2002) Statistical Tables, Explained and Applied, River Edge, SG: World Scientific Publishing.
- Loureiro, S.M.C., Lopes, R. ve Kaufmann, H.R. (2014) “How Brand Personality, Brand Identification and Service Quality Influence Service Brand Equity”, Cogent Business & Management, 1, 1-12.
- Minaz, A., ve Bozkurt, Ö. Ç. (2017) “Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerinin Ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9, 21, 266-286.
- Nikhashemi S.R., Paim L., Osman S. ve Sidin S. (2017) “The Significant Role of Customer Brand Identificaiton Towards Brand Loyalty Development an Empirical Study Among Malaysian Hypermarkets Customer”, Social and Behavioral Science, 207, 182-188.

- Palmer, A., Lewis, N. K., ve Asaad, Y. (2016) "Brand Identificaiton in Higher Education. A Conditional Process Analysis", *Journal Of Business Research*, 69, 3033-3040.
- Pinto, M. R. (2017) "Investigating The Influencers of Materialism In Adolescence", *Tourism & Management Studies. Tourism & Management Studies*, 1, 13, 66-74.
- Popp, B., & Woratschek, H. (2017) "Consumers' Relationships with Brands and Brand Communities – The Multifaceted Roles of Identification And Satisfaction", *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 35, 46-56.
- Rather, R. A. (2018) "Investigating The Impact Of Customer Brand Identification on Hospitality Brand Loyalty: A Social Identity Perspective", *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 27, 5, 487-513.
- Sauer, N. S., Ratneshwar, S. ve Sankar S. (2012) "Drivers of Consumer–Brand Identification", *International Journal of Research in Marketing*, 29, 406-418.
- So, K. K., King, C., Hudson, S., ve Meng, F. (2017) "The Missing Link in Building Customer Brand Identification: The Role of Brand Attractiveness", *Tourism Management*, 640-651.
- Tan, Ç., Pamuk, M., ve Dönder, A. (2013) "Loneliness And Mobile Phone", *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 606-611.
- Tatlı, H. (2015) "Akıllı Telefon Seçiminin Belirleyicileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 549-567.
- Tokgöz, E., ve Seymen, O. A. (2013) "Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma", *Öneri Dergisi*, 39, 61-67.
- Tokgöz, E. (2018) "Materyalist Değerler Statü Tüketimi ve Dürtüsel Satın Alma Arasındaki İlişki", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16, 1-19.
- Tokgöz, E. (2019) "Hedonik ve Faydacı Tüketimin Dürtüsel ve Kompulsif Satın Alma Üzerinde Etkisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 93-108.
- Tuškej, U., ve Podnar, K. (2018) "Consumers' Identification With Corporate Brands: Brand Prestige, Anthropomorphism And Engagement in Social Media", *Journal Of Product And Brand Management*, 27, 1, 3-17.
- Vassilakaki, E., Moniarou-Papaconstantinou, V., ve Garoufallou, E. (2016) "Identifying The Uses Of Mobile Technology Among Library And Information Science", *Program*, 50, 4, 417-430.
- Yayak, A. (2017) "Göçmenlerin Ayrımcılık Algıları ile Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:0, Sayı: 3 557-576.
- Yeh, C.H., Wang, Y.S. ve Yieh, K. (2016) "Pedinging Smartphone Brand Loyalty: Consumer Value And Consumer Brand Identificaiton Perspectives", *International Journal Of Information Managemnet*, 36, 245-257.
- Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017) "Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar Ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6, 5, 2414-2434.

Demografik Değişkenlerin Lider-Üye Etkileşimi Üzerindeki Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi ile Belirlenmesi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma

Determination of the Effect of Demographic Variables on Leader-Member Exchange by Logistic Regression Analysis: A Research in Accommodation Establishments

Eray POLAT*

ÖZ

Turizm sektörünün emek-yoğun yapısı, çalışanların gerek kendi aralarında gerek liderleri ile üst düzey bir iletişim kurmalarını gerekli ve önemli kılmaktadır. Bu çalışmada, çalışanların liderleri ile olan iletişimleri üzerinde durulmuş ve iki temel soruya cevap aranmıştır. Bu sorulardan ilki, konaklama işletmelerindeki alt düzey çalışanların lider-üye etkileşimi (LÜE) algısının hangi düzeyde olduğu konusu ile ilgiliyken, ikincisi bazı demografik değişkenlerin LÜE algısı üzerinde hangi yönde ve ne derece etkisi olduğu ile ilgilidir. Nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada, Balıkesir ilinde bulunan konaklama işletmelerinde alt düzey çalışanlar ile yüz yüze görüşülmüş ve anket tekniği ile veri toplanmıştır. İlk araştırma sorusuna cevap bulabilmek amacıyla ölçek ortalaması hesaplanmış; diğer sorunun cevabını bulabilmek ise ikili lojistik regresyon analizi ile mümkün olmuştur. Sonuçlara göre konaklama işletmelerindeki alt düzey çalışanların LÜE algısı yüksek düzeydedir. Ayrıca yaş, aylık gelir, eğitim durumu, çalışma biçimi, işletme deneyimi ve sektör deneyimi değişkenlerinin LÜE algısı üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu da görülmüştür. Ek olarak bu değişkenlerin etkilerinin LÜE'nin alt boyutlarına göre hem yön olarak hem de etkinin derecesi olarak farklılaştığı da belirtilmelidir. Ancak tüm alt boyutları etkilemesi bakımından sektör deneyiminin en önemli değişken olduğu ifade edilebilir. Zira sektör deneyimi ile birlikte LÜE algısı önemli oranda artmaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER

Lider-Üye Etkileşimi, Alt Düzey Çalışanlar, Konaklama İşletmeleri, Lojistik Regresyon Analizi.

ABSTRACT

The labor-intensive structure of the tourism sector makes it necessary and important for employees to establish a high level of communication between themselves and with their leaders. In this research, the communication of the employees with their leaders was emphasized and answers to two basic questions were sought. The first of these questions relates to the level of perception of leader-member exchange (LMX) of the lower-level employees in the accommodation establishments, while the second is about the direction and extent of some demographic variables on LMX perception. In the study, where quantitative research methods were used, face-to-face interviews were conducted with low-level employees in accommodation establishments in Balıkesir province and data were collected by questionnaire technique. In order to find an answer to the first research question, the scale mean was calculated; the answer of the other question was ascertained by binary logistic regression analysis. According to the results, the employees of the lower-level in the accommodation establishments have a high level of LMX perception. Besides, age, monthly income, educational status, working style, operational experience and industry experience were found to have significant effects on LMX perception. In addition, it should be noted that the effects of these variables are differentiated both in terms of direction and degree of effect according to the sub-dimensions of the LMX. However, it can be said that the industry experience is the most important variable in terms of affecting all the sub-dimensions. Because, with the increase of the sector experience, the perception of the LMX increases significantly as well.

KEYWORDS

Leader-Member Exchange, Lower Level Employees, Accommodation Establishment, Logistic Regression Analysis.

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date 21.03.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 05.11.2019 |
|---|--|
| Atıf | Polat, E. (2019). Demografik Değişkenlerin Lider-Üye Etkileşimi Üzerindeki Etkisinin Lojistik Regresyon Analizi ile Belirlenmesi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 742-757. |

* Arş. Gör. Dr., Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi, eraypolat38@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1470-4298

GİRİŞ

Günümüz işletmeleri arasında sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede en önemli gerekliliklerden birisi, işletme çalışanlarının bu sürece aktif bir şekilde dahil edilmesi ve bu amaca yönelik motive edilmesidir. Bunun için, çalışanların bu sürece ya *direktiflerle zorlanarak* ya da *gönüllü ve işbirlikçi* bir şekilde dahil edilmesi şeklinde iki seçenek bulunmaktadır (Eşitti ve Kasap, 2019). Bu noktada çalışanların hem kendi aralarında hem de yöneticileri olan iletişim biçimi, bu iletişimin düzeyi ve etkinliği büyük önem kazanmaktadır. Bu açıdan, konaklama işletmelerini diğer işletmelerden ayrı bir kefedeyi değerlendirmek hatalı olacaktır. Çünkü bu işletmeler söz konusu olduğunda da işletme hedeflerini benimsemiş, motive olmuş ve problem çözme becerisi yüksek, özgüveni ve öz-yeterlilik düzeyi yüksek çalışanların önemi yadsınamaz. İşletmelerin bu yeterliliklere sahip çalışanlar ve yöneticilerle hedeflerini istenilen şekilde gerçekleştirebileceği dile getirilse de bu, tek başına yeterli olmayabilir. Çünkü konaklama işletmelerindeki emek-yoğun işleyiş, diğer bir ifadeyle iş süreçlerinin otomasyondan ziyade insan odaklı ilerlemesi, çalışanlar arasındaki iletişimi ve bunun etkinliğini önemli bir noktaya taşımaktadır. Bu bağlamda LÜE kuramı, çalışan-yönetici arasındaki etkileşimi açıklamayı amaç edinmiş önemli bir teori olarak görülebilir.

LÜE'nin temel savlarından biri, liderin bütün astlarına eşit derecede yakınlık gösteremediği ve kimileri ile daha yakın, kimileri ile daha mesafeli ilişkiler kurduğu yönündedir. Kurama göre, yakın ilişkiler kurulan bireyler *iç grup*, mesafeli ilişkiler görülen bireyler ise *dış grup* olarak adlandırılmaktadır. Bu gruplarda yer almayı etkileyen faktörlerden biri, bireylerin demografik özellikleridir. İşte bu araştırmada, alt düzey çalışanlar açısından demografik özelliklerin, LÜE algısı üzerinde ne kadar etkili olduğu ikili lojistik regresyon analizi yardımıyla tespit edilmeye çalışılacaktır.

Yazında konaklama sektöründe çalışanların LÜE algılarını tespiti yönelik araştırmaların sınırlı düzeyde olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu araştırma ile yazındaki boşluğa katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Ayrıca sınırlı düzeyde de olsa, çalışanların demografik özelliklerinin iç ya da dış grupta yer almaya olan etkisini anlamamıza yardımcı olarak bulgular sunulmaktadır. Ancak herhangi bir demografik karakterin bunu ne derece etkilediği konusunda bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu noktada araştırmanın cevap bulmayı amaçladığı temel problemler şu şekilde ifade edilmelidir:

- Konaklama işletmelerinde alt düzey çalışanların LÜE algısı hangi düzeydedir?
- Demografik değişkenler, LÜE algısını hangi yönde ve ne derece etkilemektedir?

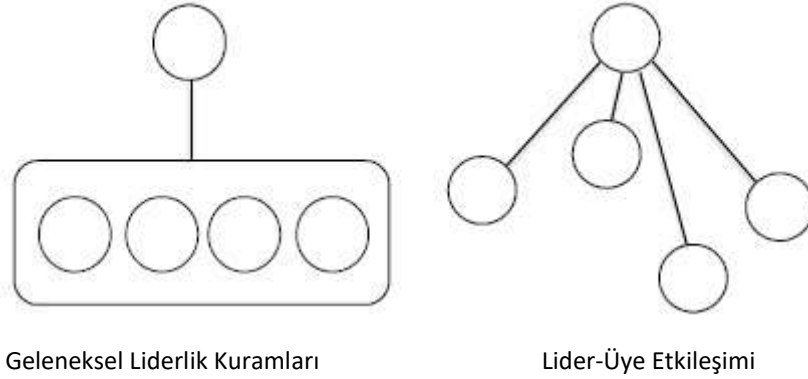
1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN

Örgütlerde yönetici ve işgörenler arasındaki ilişkileri açıklamayı amaç edinmiş birbirinden farklı liderlik teorileri bulunmaktadır. Özellik teorileri, davranışsal teori ya da güç teorisi gibi farklı isimlerle anılan geleneksel liderlik teorilerinde (Kim vd., 2010: 591) daha çok liderin, üyeleri ile ilgili farklı durumlarla karşılaştığında ne tür davranışlar sergileyebileceği ya da sergilemesi gerektiği gibi konular üzerinde durulmaktadır (Cevrioğlu, 2007: 20). Aynı zamanda bu kapsamda değerlendirilen teorilerde iki temel varsayım bulunmaktadır. Bunlardan ilki, liderin tüm üyelere homojen bir şekilde davrandığı varsayımı iken (Liden ve Graen, 1980: 451; Kim vd., 2010: 531); ikincisi, üyelerin algılama, yorumlama ve bunun sonucunda davranış geliştirme gibi faktörler açısından aynı özellikler taşıdığıdır (Baş vd., 2010: 1015; Katı, 2016: 21). Buna göre bu yaklaşımların genel çerçevesinde tek tip ast-üst ilişkisinin gerçekleştiği de söylenebilmektedir (Çekmecelioğlu ve Ülker, 2014: 36).

LÜE kuramı, temel olarak bu noktada geleneksel liderlik kuramlarından ayrılmaktadır. İlk kez Dansereau ve arkadaşları tarafından 1970'li yıllarda "Dikey-İkili Bağlantı Kuramı" olarak dile getirilen kuramda, liderin her bir üyeye aynı liderlik tarzı ile yaklaşmayacağı ve böylelikle kurulan ilişkinin diğerlerine göre farklı olabileceği ileri sürülmektedir (Wang, 2016: 971; Cha ve Borchgrevink, 2018: 236).

Kuram, temelinde farklı teorileri barındırmaktadır. Bunlardan birisi rol teorisi. Bu teoriye göre lider ile üyeler arasındaki dikey ikili ilişkiler rol geliştirme sürecine dayanır. Rollerin gelişim sürecinde ise yazılı iş tanımları veya diğer resmi belgeler ile birlikte "rol geliştirme süreci" denilen resmi olmayan bir süreç de etkin olmaktadır (Liden vd., 1997: 49; Cevrioğlu, 2007: 24). Özellikle işgörenlerin yeni işe başladıkları dönemde, lider ile üye arasındaki çeşitli ilişkilerin düzeyi ve seyri, rol geliştirme sürecinde belli olmaya başlamakta ve lider ile üye arasındaki etkileşimin niteliği belirmektedir (Çekmecelioğlu ve Ülker, 2014: 38). Kuramın gelişimine katkı sağlayan bir diğer teori ise sosyal mübadele teorisi. Buna göre lider ile üye arasındaki etkileşim, sosyal mübadeleye dayanmaktadır (Baş vd., 2010: 1017). Zira bu etkileşim sırasında bilgi, tavsiye, arkadaşlık ya da iş çıktıları gibi maddi veya manevi faktörler değişme konu olmaktadır (Liden ve Maslyn, 1998: 45). Bu süreç boyunca taraflar arasındaki etkileşimin seviyesi, beklentilerin karşılanmasına göre şekillenmekte ve üyelerin liderle ilişkisinin standart bir hal almasını engellemektedir.

Şekil 1. Geleneksel Liderlik Kuramları ve Lider-Üye Etkileşimi Kuramlarında Lider-Üye İlişkisi



Kaynak: Dansereau vd. (1973:187-188).

Gerek rol teorisi gerekse de sosyal mübadele teorisinden beslenen LÜE kuramında liderin zaman, dikkat ve kaynak gibi kısıtlara sahip olması nedeniyle her bir üye ile her an yüksek kalitede bir ilişki kuramayacağı da pekâlâ belirtilebilir. Bunun yerine kuramda, lider ile üye arasındaki ilişkinin yüksek kaliteden düşük kaliteye uzanan bir yelpazede olabileceği öne sürülmektedir (Lai vd., 2018: 1973; Martin vd., 2018: 151). Ancak temelde iki tür davranış biçimi ortaya çıkmaktadır (Alparşlan ve Oktar, 2015: 109). Buna göre daha yakın ilişkiler geliştirilen grup iç grup; daha mesafeli durulan üyeler ise dış grubu oluşturmaktadır (Kim ve George, 2005: 470).

İç grup, yüksek kaliteli grup olarak da adlandırılır. Bu grupta yer alanlar, karar alma süreçlerine katılmakta, ek sorumluluk ve yetkilere sahip olarak kaynaklara daha kolay ulaşabilmektedirler (Alparşlan ve Oktar, 2015: 109; Estiri vd., 2018: 271). Aynı zamanda liderler onları resmi ve gayri resmi olarak daha çok ödüllendirmeye meyillidir. Düşük kaliteli grup olarak da adlandırılan dış gruptaki işgörenlerle ise daha farklı bir ilişki görülmektedir. Bu etkileşimde, görece daha düşük düzeyli bir etkileşim görülmesi ile birlikte liderin bu gruptakilere karşı genellikle pozisyon güçlerini kullanarak resmi kural-politika, otorite ilişkileri ya da iş sözleşmelerine dayalı olarak ilişki kurması söz konusudur (Bolat vd., 2017: 88). Lider, düşük kaliteli ilişki kurduğu bu gruptakilerden, görev ve sorumluluklarını yerine getirmelerini yine bekler. Üyeler ise kendilerinden beklenen bu görev ve sorumlulukları yerine getirdikleri ölçüde, yine resmi olarak tanımlanmış haklarını alırlar. Sonuç olarak lider, üyelere beklediği performansı yine yeterli düzeyde elde etmiş olur (Bolat, 2011a: 257).

İç gruptaki üyeler, lider ile daha sıkı bir iletişim kurabilmekte ve daha çok destek görebilmektedir. Ancak bunun, grup performansları arasındaki farkın gittikçe artabilmesi şeklinde olumsuz bir yanı ortaya çıkabilir. Çünkü lider iç gruptaki üyelere daha önemli ve daha çok takdir görebilecek işleri vermekte; diğer gruba ise önem derecesi görece daha düşük, tekrar eden ve daha az istenilen işleri vermektedir. Bu da iki grubun performansının giderek farklılaşmasına sebep olmaktadır (Martin vd., 2010: 45; Alparşlan ve Oktar, 2015: 110). Bu nedenledir ki, bu iki grubun keskin sınırlarla ayrımı istenmeyen bir durumdur. Aksi halde dış grupta yer alan üyeler kendilerine gösterilen davranışlar ve statülerine karşılık, olumsuz davranışlar geliştirebilirler (George ve Jones, 2012: 354). Aynı zamanda denilebilir ki, lider iç grubunu, dış grubu ile artıracaktır. İstenen de büyük bir iç gruba karşılık küçük bir dış gruba sahip olmaktır (Alparşlan ve Oktar, 2015: 110).

Öte yandan LÜE ortaya atıldığı ilk yıllarda tek boyutlu bir kavram olarak ele alınmıştır. Bu konuda hazırlanmış ilk ölçeklerden birini ortaya koyan Liden ve Graen (1980)'de, lider ile üye arasındaki etkileşimin boyutlarına odaklanmadan sadece etkileşimin düzeyine odaklanarak tek boyuta katkı sağlamıştır. Tek boyutlu ölçeklere, Graen, Novak ve Sommerkamp tarafından 1982 yılında ortaya konulan ve 1990'lı yıllarda sıklıkla kullanılan LMX-7 ölçeği diğer bir örnek olarak verilebilir (Gerstner ve Day, 1997: 828). Ancak sonraki yıllarda, LÜE kuramının temelini oluşturan gerek rol teorisi gerek sosyal mübadele teorisinin çok boyutlu yapılardan oluşması, bu kuramın da çok boyutlu bir model ile daha iyi açıklanabileceği fikrini gündeme getirmiştir (Liden ve Maslyn, 1998: 45). Bu gelişmelere bağlı olarak Dienesch ve Liden (1986: 624-625) yaptıkları çalışmada, lider ile üye arasındaki ilişkinin "etki, bağlılık ve katkı" olmak üzere üç alt boyutlu bir yapıda olabileceğini iddia etmişlerdir. Liden ve Maslyn (1998) ise bu boyutlara "profesyonel saygı" boyutunu da eklemiş ve dört alt boyutlu bir ölçek geliştirmişlerdir. Özellikle 2000 yılı sonrasında konu hakkında yapılan çalışmalarda Liden ve Maslyn (1998) tarafından ortaya konulan ölçeğin, daha çok kabul gördüğü ve daha

sıklıkla kullanıldığı görülmektedir (Baş vd., 2000: 1018). Bu boyutları aşağıdaki gibi açıklamak olanak dahilindedir.

Katkı, iş odaklı faaliyetlerde ikilinin açık veya örtülü ortak amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik yeterli miktarda, istenilen yönde ve kaliteli hizmet vermesi ile ilgilidir (Dienesch ve Liden, 1986: 624). Özellikle ikili arasındaki etkileşimin başlangıcında lider, üyelerin performansını verilen görevlere odaklanarak değerlendirecektir. Görevlerini istenilen şekilde yerine getiren üyeler, bunu yapamayanlara göre liderle daha kaliteli bir etkileşim kuracaklardır. Etkileşimin kalitesi ile birlikte liderin üyeye sağladığı imkânların sınırı ve kalitesi de artacaktır (Liden ve Maslyn, 1998: 45). Böylelikle etkileşimin kalitesi daha da artacak ve bu üyeler iç gruba dahil olabilecektir. Verilen görevleri daha düşük performansla yapan üyeler ise dış grupta kalarak bu imkanlardan faydalanamayacaktır.

Bağlılık, ikilinin birbirine ne derece sadık olduğuyla ilgilidir. Bir başka ifadeyle bağlılık, lider ile üyenin karşılıklı olarak davranışlarını üçüncü kişilere ya da topluma karşı ne derece desteklediği ile ilgilidir. Bağlılık, LÜE'nin sağlanması ve devam ettirilmesinde kritik role sahip olan bir boyuttur (Liden ve Maslyn, 1998: 46). Denilebilir ki, liderler sorumluluk isteyen ve bağımsız karar alınması gereken görevleri kendilerine daha sadık hissettikleri üyelerine vermeyi tercih ederler (Kati, 2016: 28).

Etki, taraflar arasındaki iş ya da profesyonel değerlerden çok kişiler arası yakınlığa dayanan ya da arkadaşlık temelinde gelişen ilişkiyi ifade etmektedir. Taraflar arasında sadece işe dayalı bir ilişki olduğunda, etki boyutu ya çok az öneme sahip olacak ya da hiçbir anlam ifade etmeyecektir (Baş vd., 2010: 1019). Böyle bir durumda anlam kazanacak boyut, katkı boyutudur (Kati, 2016: 29). Ancak bazen kişiler arası arkadaşlığın ya da yakınlığın ön plana çıktığı durumlarda, etki boyutu etkileşimin kalitesini tek başına belirleyecek kadar güçlü de olabilir (Baş vd., 2010: 1019).

Mesleki Saygı, “tarafların organizasyon içinde ya da dışında sahip olduğu saygınlık derecesine yönelik algı” olarak tanımlanmaktadır. Bu algı, o kişinin geçmiş tecrübelerinden, organizasyon içinde ya da dışında o kişi hakkında konuşulanlardan, kişinin aldığı ödül ya da diğer tanınma araçlarından kaynaklanabilir. Ayrıca bu mesleki saygının, o kişiyle çalışmaya başlamadan önce oluşabileceği de söylenebilir (Liden ve Maslyn, 1998: 50).

Ortaya atıldığı süreden beri geçen 40 yılda LÜE kuramı hakkında yapılan çalışmalar, işgörenlerin iş tutumları, iş çıktıları ya da bireysel-grup performansı gibi konular ile ilgili olarak yapılan çalışmalara önemli katkılar yapmıştır (Cha ve Borchgrevink, 2018: 235). Aynı zamanda bu çalışmalarda kuramı destekleyen sonuçlar da elde edilmiştir. Örneğin, Murphy ve Ensher (1999), öz-yeterlik düzeyi yüksek olan çalışanların, düşük olanlara nispeten daha yüksek iş performansına sahip olduklarını, lider tarafından daha çok desteklendiklerini ve bu sayede ikili arasındaki etkileşimin daha yüksek düzeyde gerçekleştiğini tespit etmiştir. Buna paralel olarak farklı sektörlerde yapılan çalışmalarda LÜE'nin örgütsel adalet algısını olumlu yönde etkilediği (Erdogan vd., 2006), bireysel ve örgütsel performansı artırdığı (Liden vd., 2006), örgütsel vatandaşlık davranışlarının gelişmesine ve artmasına yol açtığı (Ilies vd., 2007), örgütsel bağlılığı artırdığı (Joo, 2010) gibi sonuçlar elde edilmiştir. Dahası, meta-analiz çalışmaları yapan Gerstner ve Day (1997), LÜE'nin işgören devir hızını, Martin vd. (2016) ise üretim karşıtı iş davranışlarını azalttığını tespit etmiştir.

Mesele, turizm sektörü açısından ele alındığında ise lider ile üye arasındaki etkileşim konusunun önemi daha belirgin hale gelmektedir. Ancak genel manada turizm sektöründe LÜE kuramı özelinde yapılmış çalışmaların yönetim-organizasyon yazını içinde oldukça küçük bir alan kapladığı da dile getirilebilir (Cha ve Borchgrevink, 2018: 234). Bunun, şartırtıcı bir durum olduğu söylenebilir. Çünkü turizm sektöründe işlerin büyük oranda ve güçlü bir şekilde insani ilişkilere dayalı yürütülmesi, lider ile üyenin etkileşim düzeyinin yüksek olmasını önemli hale getirmektedir. Nitekim turizm sektöründe, konu hakkında yapılmış çalışmalarda, diğer sektörlerde yapılan çalışmalara benzer olarak LÜE düzeyinin yüksek olması ile birlikte iş ya da örgüt çıktılarının da istenilen düzeylerde olduğu ortaya konmuştur. Örneğin Garg ve Dhar (2016) Hindistan'da yürüttükleri çalışmada lider ile yüksek düzeyli bir etkileşim içerisinde olan çalışanların, işyerinde ekstra roller almaya daha gönüllü olduklarını ifade ederken, Kim ve George (2005) bu çalışanların işyerinde daha etkin olduklarını belirtmektedir. Buna uygun olarak Wang (2016) da LÜE'nin artması ile performansın da artacağını rapor etmektedir.

Yine turizm sektörü özelinde yapılmış çalışmalardan Liao vd. (2009), LÜE-örgütsel bağlılık arasında, Chow vd. (2015) ile Estiri vd. (2018) LÜE-örgütsel vatandaşlık davranışları arasında pozitif ilişkiler tespit etmiştir. Lai vd. (2018) yüksek düzeyli LÜE'nin duygusal tükenmişliği, Kim vd. (2010) işten ayrılma niyetini azalttığını dile getirmektedirler. Türkiye'de yapılan sınırlı sayıda çalışmada ise farklı ülkelerde yapılan çalışmalardakine benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Örneğin Bolat (2011b) ile Kaşlı ve Seymen

(2010) LÜE'nin tükenmişlik, Demirci (2017) işten ayrılma niyeti, Tanrıverdi ve Kahraman (2016) işe yabancılaşma ile ilişkisine bakmış ve aralarında negatif korelasyonlar tespit etmişlerdir.

Demografik özelliklerin de lider ile üye arasındaki ilişkinin gücüne etki edebileceğini ifade eden çalışmalar bulunmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, yaş, cinsiyet, ırk, kıdem ve eğitim gibi demografik değişkenler bakımından benzerlikler taşıyan lider ile üye arasında, sosyal kimlik teorisine de uygun olarak (Pichler vd., 2019: 22), etkileşimin daha kolay kurulacağı ve sürdürülebileceği dile getirilmektedir (Green vd., 1996: 204; Epitropaki ve Martin, 1999: 238; Brouer vd., 2009: 61). Endüstriyel ve örgütsel psikoloji yazınında geçerli olan, demografik benzerliklere sahip bireylerin birbirlerine karşı daha fazla psikolojik yakınlık hissedecekleri ve böylelikle kişisel etkileşimlerinin de yüksek düzeyde gerçekleşebileceği düşüncesi buna dayanak olarak gösterilebilir (Tsui ve O'Reilly, 1989: 404; Tsui vd., 1992: 550). Demografik benzerliklerin özellikle etki boyutunu etkileyeceği ve taraflar arasındaki etkileşimi de artıracığı öne sürülmektedir (Liden vd., 1993: 664). Bu konu çalışmaların bazılarında geçerlilik kazanmasa da (Liden vd., 1993), Green vd. (1996: 204) tarafından genel olarak kabul gördüğü de dile getirilmektedir.

Bazı araştırmacılar ise *gerçekte* mevcut olan demografik benzerlikten ziyade *algılanan* benzerliğin LÜE üzerinde daha etkili olduğunu ileri sürmektedir. Bu ise sosyal biliş teorisinde geçerli olan, bireylerin benzerliklerinin gerçekte mevcut olmasındansa, buna yönelik hangi duyguyu taşıdıklarının daha önemli olduğu fikrine dayandırılmaktadır (Martin vd., 2010: 48). Nitekim kimi çalışmalarda bu husus geçerlik kazanmıştır (Dulebohn, 2012: 1723). Özetle, hem gerçekte var olan hem de algılanan demografik benzerlik ile LÜE'nin ilişkili olduğu söylenebilir.

2.YÖNTEM

Araştırmanın amacı, konaklama işletmelerinde görev yapan alt düzey çalışanların, yöneticileri ile aralarındaki etkileşimi hangi düzeyde algıladıklarını tespit etmektir. Emek-yoğun bir sektör olan konaklama sektöründe bireyler arasındaki iletişim ve etkileşim kalitesinin, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti gibi konularla doğrudan ilişkili olması, çalışanların hem kendi aralarındaki hem de yöneticileri ile olan iletişim ve etkileşim düzeyini önemli hale getirmektedir. Bu nedenle, bunu ortaya koymayı amaç edinmiş çalışmanın önem taşıdığı düşünülmektedir. Ayrıca bu konu hakkında konaklama sektörü çalışanları özelinde yapılmış çalışma sayısının oldukça sınırlı olması da bu araştırmayı önemli kılan bir diğer husus olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın bir diğer amacı ise bazı demografik değişkenlerin LÜE'ye olan etkisini ortaya koyabilmektir. Yazında, demografik değişkenler bakımından hangi grubun yüksek/düşük LÜE algısına sahip olduğunu inceleyen çalışmalar görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle örneğin cinsiyet bakımından erkek ya da kadınlardan hangisinin yüksek/düşük LÜE algısına sahip olduğu konusunun ele alındığı görülmektedir. Ancak bu demografik değişkenlerden hangisinin LÜE algısını ne derece ve hangi yönde etkilediğini inceleyen çalışmanın –araştırmacının bilgisi dahilinde– mevcut olmadığı görülmektedir. Bu nedenle, bu çalışma ile yazına bu anlamda katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kuramsal ve saha araştırması olarak iki aşama halinde gerçekleştirilen bu çalışmada birincil verilerin toplanması maksadıyla anket formu kullanılmıştır. Bu anket formu, otel çalışanları ile yüz yüze görüşülmek suretiyle uygulanmıştır. Anket formunun daha önce yerli yazındaki çalışmalarda sıklıkla kullanılması ve bu çalışmada da benzer şekilde kullanılması nedeniyle anlaşılabilirliği konusunda bir problemin olmayacağı düşünülmüş ve pilot uygulama yapılmamıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümü kişisel bilgi formu oluştururken, ikinci bölümde Liden ve Maslyn (1998) tarafından geliştirilen ve her biri üç ifade içeren sevgi, sadakat, katkı ve mesleki saygı boyutlarından oluşan LÜE ölçeğine yer verilmiştir. Ölçek Baş vd. (2010) tarafından Türkçe'ye çevrilmiş ve yüksek derecede geçerlik ve güvenilirliğe sahip olduğu belirlenmiştir. Ölçekteki derecelendirme 5'li Likert derecelendirmesine uygun olacak tarzda (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) uygulanmıştır.

Araştırma evrenini Balıkesir ilinde bulunan konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Balıkesir'de bulunan konaklama işletmelerindeki çalışan sayısının tespitine yönelik olarak herhangi bir veriye rastlanmadığından, yatak sayısının hesaplanması ile çalışan sayısına ulaşmak hedeflenmiştir. Pelit (2008: 145), Türkiye'de ortalama olarak yatak başına 0,35 çalışan düştüğünü ifade etmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen verilere göre 31.01.2019 tarihi itibarıyla Balıkesir'deki 109 işletme ve yatırım belgeli tesiste 10.580 yatak bulunmaktadır (KTB, 2019). Bu kapsamda çalışan sayısı yaklaşık olarak 4.753 (=10.580*0,35) olmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmayacağından, çalışmada kolayda örnekleme tekniğine göre örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Bu kapsamda, %95 güvenilirlik düzeyinde, örneklem büyüklüğünün 357 olması gerekmektedir (Sekaran, 2003: 294).

Anket formu 2018 yılının Mayıs ve Haziran aylarını kapsayacak şekilde 400 çalışan ile ve yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Geriye dönen 323 anket formundan 300 tanesinin değerlendirmeye uygun olduğu anlaşılmış ve bu veriler üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Veriler, IBM SPSS 21.0 ve Lisrel 8.80 paket programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışanların demografik özellikleri frekans ve yüzde dağılımları verilerek değerlendirilmiştir. Güvenirlik, Cronbach's Alpha katsayısı ve madde-bütün korelasyonları hesaplanarak; geçerlik çalışmaları ise yapı geçerliği ekseninde yapılmıştır. Değişkenleri daha sağlıklı bir şekilde belirlemek amacıyla, açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Çalışanların LÜE algısı düzeyini hesaplayabilmek için ölçek ortalaması hesaplanmış; bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini görebilmek amacıyla ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır.

Lojistik regresyon analizi, son dönemlerde özellikle sosyal bilimlerde yazınında giderek daha fazla kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz türü, incelenen değişkenlerin evet-hayır, var-yok, olumlu-olumsuz, başarılı-başarısız şeklinde sürekli olmayan, bir diğer ifadeyle kategorik verileri içermesi (Tabachnick ve Fidell, 2007: 437; Can, 2018: 293) durumunda, bağımlı değişken ile bağımsız değişken/değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerinin incelenmesinde, diğer analizlere göre daha elverişli olmasının avantajı ile önemli bir yere sahiptir (Peng ve So, 2002: 33; Field, 2009: 265).

Lojistik regresyonu analizi, bağımsız değişkenlerin dağılımına ilişkin herhangi bir varsayımın karşılanmasını gerektirmez (Çokluk, 2010: 1368). Ancak yine de bağımsız değişkenler arasında yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaması, uç değerlerin olmaması ve en az aralık ölçeğinde sürekli olan bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenin logit dönüşümü arasında doğrusal bir ilişkinin olması, karşılanması gereken varsayımlardır (Can, 2018: 309-313).

Lojistik regresyon analizinin üç ayrı çeşidi olmakla birlikte bu çalışmada "ikili lojistik regresyon analizi" kullanılacaktır. Zira bağımlı değişken, iki seçeneğe sahip bir kategorik değişken ise "İkili Lojistik Regresyon Analizi (Binary Logistic Regression Analysis)" kullanılmalıdır (Çokluk, 2010: 1362). Bunun için öncelikle bağımlı değişkenin iki sınıflı bir kategorik bir değişken olması gerekmektedir. Bu nedenle ilk olarak bağımlı değişken olan LÜE'nin alt boyutları iki sonuçlu hale getirilmiştir. Ordun ve Aktaş (2014)'ün izlediği yöntem uygun şekilde, her bir boyutta ortaya çıkan ortalamaların bir standart sapma üstü puan alanlar, yüksek LÜE (alt boyutu) algısına sahip çalışanlar (iç grup); bir standart sapma altı puan alanlar ise düşük algıya sahip olanlar (dış grup) olarak belirlenmiştir. Buna uygun olarak da dış grupta olan çalışanlar 0 (sıfır) ile iç grupta olanlar 1 (bir) ile kodlanmıştır. Buna göre dış grupta bulunan çalışanlar referans kategoriyi, iç grupta yer alanlar ise hedef kategoriyi oluşturmaktadır. Bu analizlerde yer alacak bağımsız değişkenler ise şu şekildedir:

- Cinsiyet (0: Kadın; 1: Erkek)
- Medeni Hal (0: Evli; 1: Bekar)
- Yaş (0: 29 ve altı; 1: 30 ve üstü)
- Eğitim Seviyesi (1: İlköğretim/ Ortaöğretim; 2: Önlisans; 3: Lisans)
- Günlük Çalışma Süresi (0: 0-8 Saat; 1: 8 saatten fazla)
- Aylık Gelir (0: 0 – 2800 TL; 1: 2801 TL ve üstü)
- Sektör Deneyimi (1: 1 yıldan az; 2: 1-5 yıl; 3: 6 – 10 yıl; 4: 11 yıl ve üzeri)
- İşletme Deneyimi (1: 1 yıldan az; 2: 1-5 Yıl; 3: 6 yıl ve üzeri)
- Turizm Eğitimi Seviyesi (1: Almayan; 2: Ortaöğretim Düzeyinde; 3: Önlisans Düzeyinde; 4: Lisans Düzeyinde)
- Çalışma Biçimi (0: Tüm yıl çalışan; 1: Sezonluk çalışan)

Lojistik regresyon analizi sonucunu gösterecek tablolarındaki B değeri, bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken üzerindeki pozitif veya negatif etkisini gösteren regresyon katsayısıdır. Bu değer negatif işaretli olması olayın görülme olasılığını azaltırken, pozitif işaret bu konuda bir artış yaşanacağına delildir. Exp (β) değeri ise diğer değişkenler sabitken herhangi bir bağımsız değişkende görülecek bir birimlik artışın olayın görülme olasılığındaki artış belirtmektedir (Moital vd., 2009: 353).

3.BULGULAR

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur. Buna göre, katılımcılar ağırlıklı olarak erkek (%63,3), bekar (%58,7), 21-29 yaş aralığında (%51), ilköğretim/ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip (%45,3), 0 – 2800 TL gelire sahip (%83,7) ve tüm yıl çalışan (%77) konumundadır. %69,3 oranında günlük 8 saatten fazla çalışan katılımcıların yarıdan biraz fazlasının 1-5 yıl aralığında hem sektör deneyimi hem de işletme deneyimi bulunmaktadır. Ayrıca katılımcıların yarıya yakını (%48,3) herhangi düzeyde bir turizm eğitimi almamıştır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı

| Değişkenler | | n | % | Değişkenler | | n | % |
|--------------------------|----------------------------|-----|------|----------------------------|--------------------------|------|------|
| Cinsiyet | Kadın | 110 | 36,7 | Sektör Deneyimi | 1 yıldan az | 41 | 13,7 |
| | Erkek | 190 | 63,3 | | 1-5 yıl | 155 | 51,7 |
| Medeni Hal | Evli | 124 | 41,3 | | 6 – 10 yıl | 64 | 21,3 |
| | Bekar | 176 | 58,7 | | 11 yıl ve üzeri | 40 | 13,3 |
| Yaş | 16 – 20 | 28 | 9,3 | İşletme Deneyimi | 1 yıldan az | 75 | 25 |
| | 21 – 29 | 153 | 51 | | 1-5 yıl | 173 | 57,7 |
| | 30 – 39 | 92 | 30,7 | | 6 yıl ve üzeri | 52 | 17,3 |
| | 40 – 49 | 27 | 9 | Almayan | 145 | 48,3 | |
| Eğitim Seviyesi | İlköğretim/ Ortaöğretim | 136 | 45,3 | Turizm Eğitimi Seviyesi | Ortaöğretim Düzeyinde | 30 | 10 |
| | Önlisans | 77 | 25,7 | | Önlisans Düzeyinde | 51 | 17 |
| | Lisans | 87 | 29 | | Lisans Düzeyinde | 74 | 24,7 |
| Günlük Çalışma Süresi | 0 – 8 saat | 92 | 30,7 | Çalışma Biçimi | Tüm yıl çalışan | 231 | 77 |
| | 8 saatten fazla | 208 | 69,3 | | Sezonluk çalışan | 69 | 23 |
| Aylık Gelir | 0 – 2800 TL | 251 | 83,7 | | | | |
| | 2801 TL ve üstü | 49 | 16,3 | | | | |

Araştırmada kullanılan ölçeğe ait güvenilirlik düzeyini ölçmek amacıyla içsel tutarlılık analizi yapılmış ve madde-bütün korelasyon değerlerine bakılmıştır. İç tutarlılık düzeyinin belirlenmesi amacıyla uygulanan Cronbach's Alpha (α) testi sonucunda LÜE ölçeğine ait $\alpha=0,92$ olarak tespit edilmiştir. Madde-bütün korelasyon değerleri ise eşik değer olan 0,30'un (Şencan, 2005: 112) üstünde; 0,52 ile 0,77 arasında değişmektedir. Bu sonuçlar ölçeğin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Ölçeğin yapı geçerliğini kontrol etmek için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Aynı zamanda turizm sektöründe yapılmış çalışmaların ve bu analizlerin nadiren yapılmış olması nedeniyle analizlerin gerekli olduğu düşünülmektedir. Verilerin açıklayıcı faktör analizine uygunluğunu ortaya koyan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0,890) katsayısı ve Barlett küresellik testi ($\chi^2=1827,144$; $p<0,01$) değerleri yeterli düzeydedir. Varimax rotasyonu ile yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda faktör yapısını bozduğu tespit edilen üç ifade (7-8-12) ölçekten çıkarılmıştır. Bu işlemlerin ardından özdeğeri 1'den büyük ve toplam varyansın %80,9'unu açıklayan üç faktörlü bir yapı elde edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. LÜE Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

| İfadeler | Faktör 1 | Faktör 2 | Faktör 3 | Özdeğer | Varyans (%) | α |
|---|----------|----------|----------|---------|-------------|----------|
| Faktör 1: Etki ($\bar{X}=4,14$; $S.S.=0,64$) | | | | | | |
| İfade 1 | ,889 | | | | | |
| İfade 2 | ,851 | | | 2,47 | 27,7 | ,87 |
| İfade 3 | ,780 | | | | | |
| Faktör 2: Mesleki Saygı ($\bar{X}=4,12$; $S.S.=0,81$) | | | | | | |
| İfade 10 | | ,830 | | | | |
| İfade 9 | | ,785 | | 2,43 | 27 | ,87 |
| İfade 11 | | ,779 | | | | |
| Faktör 3: Bağlılık ($\bar{X}=4,06$; $S.S.=0,87$) | | | | | | |
| İfade 4 | | | ,827 | | | |
| İfade 6 | | | ,778 | 2,37 | 26,2 | ,88 |
| İfade 5 | | | ,771 | | | |
| Toplam Açıklanan Varyans (%) | | | | | 80,9 | |
| Ölçeğin Tamamı için Cronbach's Alpha | | | | | ,91 | |
| Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi | | | | | | |
| KMO: ,890; Barlett Küresellik testi=1827,144; $p<0,01$ | | | | | | |
| Ölçek Geneli Ortalama: 4,12±0,67 | | | | | | |

Orijinal ölçek, dört boyutlu bir yapıyı temsil etmesine rağmen burada üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Esasında buna uygun olarak Kaşlı ve Seymen (2010)'de otel çalışanlarının LÜE'yi üç boyut altında algıladıklarını tespit etmişlerdir. Bu nedenle ortaya çıkan üç faktörlü yapının kabul edilebilir olduğu söylenebilir. Ayrıca kültürel farklılıkların yanı sıra çeviri işlemleri sırasında bazı kelimelerin ve cümle yapılarının değişebilmesi, çevirisi yapılan ölçeğin, orijinal ölçek ile benzerliğini azaltabilmekte, bu da faktör yapısının değişmesine yol açabilmektedir (Kwon ve Lim, 2007: 107). Aynı zamanda katılımcıların eğitim seviyesi ya da okuma ve anlama kapasiteleri gibi durumlar da ankete verilen cevapları etkileyerek faktör yapısının değişmesine kapı aralayabilmektedir.

Tablo 2'de yer alan sonuçlara göre birinci faktöre ait öz değer 2,47; varyansı açıklama oranının %27,7 olduğu görülmektedir. Bu faktör altında lider ile üye arasındaki yakınlığa dayanan ya da arkadaşlık temelinde gelişen ilişkileri içeren ifadeler yer aldığından "etki" olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktörün öz değeri 2,43; varyansı açıklama oranı %27'dir. Bu faktör kişilerin sahip oldukları saygınlık derecesi ile ilgili ifadelerle sahip olduğundan "mesleki saygı" adını almıştır. Üçüncü faktörün öz değeri 2,37; varyansı açıklama oranı %26,2'dir. Bu faktör ikilinin birbirine ne derece sadık olduğunu ölçen ifadeleri içerdiğinden "bağlılık" ismini almıştır.

Ölçek geneli ortalama söz konusu olduğunda ise yüksek bir ortalama karşımıza çıkmaktadır (4,12±0,67). Bu sonuca göre otel çalışanlarının, liderleri ile yüksek bir etkileşim içerisinde olduklarını düşündükleri söylenebilmektedir.

Ölçeğe açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapıldıktan sonra doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA, önceden tanımlı bir yapının bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığını analiz eden bir testtir. Bir başka ifadeyle DFA, AFA'da ortaya çıkan faktör yapısının doğrulanmasına aracılık etmektedir (Çokluk vd., 2014: 275). Bu aşamada, ölçeğe ait alt boyutların da temsil derecesini belirleyebilmek amacıyla ikinci düzey DFA tercih edilmiştir. Analiz sonrasında uyum iyiliği indekslerinin (χ^2/sd : 2,10; RMSEA: 0,061; SRMR: 0,025; GFI: 0,97; AGFI: 0,93; NFI: 0,99; CFI: 0,99) yeterli düzeyde olduğu (Schermelleh-Engel vd., 2003: 52) görülmüştür. Bu sonuçlara göre AFA sonucunda ortaya çıkan üç faktörlü yapı, DFA aracılığıyla doğrulanmıştır. İkinci düzey DFA sonucunda ifadelerin ve boyutlar arasındaki ilişkinin derecesini gösteren yük değerleri Tablo 3'de görülmektedir.

Tablo 3. LÜE Ölçeğine İlişkin İkinci Düzey DFA Sonuçlarının Standardize Yük Değerleri

| Örtük değişkenler | | Standardize Yükler | Gözlenen Değişkenler | Standardize Yükler |
|----------------------|---------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Lider-Üye Etkileşimi | Etki | 0,65 | İfade1 | 0,59 |
| | | | İfade2 | 0,67 |
| | | | İfade3 | 0,69 |
| | Bağlılık | 0,92 | İfade4 | 0,83 |
| | | | İfade5 | 0,82 |
| | | | İfade6 | 0,81 |
| | | | İfade9 | 0,75 |
| | Mesleki Saygı | 0,91 | İfade10 | 0,77 |
| | | | İfade11 | 0,76 |

Araştırmanın bu aşamasından sonra, araştırmada ele alınan demografik değişkenlerin, çalışanların lider ile üye arasındaki etkileşimin alt boyutları açısından iç grupta yer alma ihtimalleri üzerinde ne kadar etkisi olduğunu ortaya koymak amacıyla ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Öncelikle analiz için gerekli olan varsayımların kontrolü gerçekleştirilmiştir. Öncelikle bağımsız değişkenler arasında yüksek düzeyli bir korelasyon olmadığı gözlenmiştir. Ardından diğer varsayım olan en az aralık ölçeğinde sürekli olan bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenin logit dönüşümü arasında doğrusal bir ilişkinin olmaması varsayımının, bu araştırmada sürekli bağımsız değişkenin olmaması nedeniyle karşılanması gerekmediği öngörülmüştür. Son olarak uç değerlerin kontrolü üç analiz için de ayrı ayrı yapılmıştır. Buna göre etki boyutu açısından uç değerlerin olmadığı gözlenmiş, mesleki saygı ve bağlılık boyutu açısından da uç değerlerin olduğu anketler veri setinden çıkarılmış ve analize bu şekilde devam edilmiştir (Can, 2018: 309-312).

Tablo 4. Etki Boyutu Açısından Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler ve Katsayıları

| | B (sh) | Wald | df | Sig. | Exp (B) |
|--------------------------|----------------------------------|--------------|----------|-------------|--------------|
| Cinsiyet(1) | -,255 (.51) | ,251 | 1 | ,617 | ,775 |
| Medeni Hal(1) | ,498 (.61) | ,656 | 1 | ,418 | 1,645 |
| Yaş(1) | ,314 (.66) | ,220 | 1 | ,639 | 1,368 |
| Eğitim Durumu | ,107 (.44) | ,057 | 1 | ,811 | 1,113 |
| Aylık Gelir(1) | 1,889 (.93)* | 4,119 | 1 | ,042 | 6,612 |
| Çalışma Biçimi(1) | ,335 (.57) | ,343 | 1 | ,558 | 1,398 |
| Günlük Çalışma Süresi(1) | -,292 (.53) | ,295 | 1 | ,587 | ,747 |
| Turizm Eğitimi | -,526 (.31) | 2,729 | 1 | ,099 | ,591 |
| İşletme Deneyimi | -,491 (.53) | ,838 | 1 | ,360 | ,612 |
| Sektör Deneyimi | 1,382 (.51)** | 7,210 | 1 | ,007 | 3,984 |
| Sabit | -1,631 (1,4) | 1,337 | 1 | ,248 | ,196 |
| Varyans Açıklama Oranı | Cox ve Snell=%23; Nagelkerke=%31 | | | | |
| Ki-kare | 27,957 | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | ,277 | | | | |
| Omnibus sig. | ,007 | | | | |

B: Beta; sh: Standart Hata; *p<0,05; **p<0,01

Etki boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimali üzerinde demografik değişkenlerin ne kadar etkisi olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan analiz sonucunda, regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($\chi^2=27,957$; $p<0,01$). Hosmer ve Lemeshow Uyum İyiliği Testinin de anlamlı olmaması ($p>0,05$), modelin anlamlılığına katkı yapan bir diğer sonuçtur. Modelin Nagelkerke R^2 katsayısına göre iç grupta yer alma üzerindeki değişimin %31'ini açıkladığı ve genel olarak katılımcıların %66,4'ünü doğru kategorilerde sınıflandırdığı söylenebilmektedir. Sonuçlar Tablo 4'de görülmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre çalışanların etki boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimali ile aylık gelir ve sektör deneyimi ilişkilidir. Aylık gelir, 1,889 B değeri ve 6,612 Exp (B) değeri ile en fazla etkisi olan bağımsız değişken konumundadır. Bu durum, diğer bağımsız değişkenler sabit kaldığında aylık gelirdeki bir birimlik artışın etki boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimalini yaklaşık altı kat artırdığı anlamına gelmektedir. Bir başka ifadeyle aylık geliri daha yüksek olanların (burada 2801 TL ve üstü) iç grupta yer alma ihtimalleri çok daha yüksektir. Sektör deneyiminin B değeri 1,382 ve Exp (B) değeri 3,984'dür. Bu da benzer şekilde sektör deneyiminin artması ile etki boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimalini yaklaşık dört kat artırmaktadır.

Mesleki Saygı boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimali üzerinde demografik değişkenlerin ne kadar etkisi olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($\chi^2=62,704$; $p<0,01$). Hosmer ve Lemeshow Uyum İyiliği Testinin de anlamlı olmaması ($p>0,05$), modelin anlamlılığına katkı yapan bir diğer sonuçtur. Model Nagelkerke R² katsayısı ile iç grupta yer alma üzerindeki değişimin %41'ini açıklamış, genel olarak katılımcıların %77,5'ini doğru kategorilerde sınıflandırmıştır. Sonuçlar Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5. Mesleki Saygı Boyutu Açısından Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler ve Katsayıları

| | B (sh) | Wald | df | Sig. | Exp (B) |
|--------------------------|----------------------------------|---------------|----------|-------------|--------------|
| Cinsiyet(1) | -,694 (.44) | 2,419 | 1 | ,120 | ,449 |
| Medeni Hal(1) | -,067 (.50) | ,018 | 1 | ,893 | ,935 |
| Yaş(1) | -1,818 (.59)** | 9,363 | 1 | ,002 | ,162 |
| Eğitim Durumu | -,232 (.37) | ,376 | 1 | ,540 | ,793 |
| Aylık Gelir(1) | ,034 (.05) | ,008 | 1 | ,924 | ,950 |
| Çalışma Biçimi(1) | -1,393 (.51)** | 7,356 | 1 | ,007 | ,248 |
| Günlük Çalışma Süresi(1) | -,042 (.46) | ,008 | 1 | ,928 | ,959 |
| Turizm Eğitimi | -,069 (.28) | ,062 | 1 | ,804 | ,933 |
| İşletme Deneyimi | -1,602 (.53)** | 9,174 | 1 | ,002 | ,201 |
| Sektör Deneyimi | 2,083 (.51)** | 16,394 | 1 | ,000 | 8,032 |
| Sabit | 1,276 (1,2) | 1,102 | 1 | ,293 | 3,581 |
| Varyans Açıklama Oranı | Cox ve Snell=%30; Nagelkerke=%41 | | | | |
| Ki-kare | 62,704 | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | ,924 | | | | |
| Omnibus sig. | ,000 | | | | |

B: Beta; sh: Standart Hata; ** $p<0,01$

Tablo 5'de yer alan sonuçlara göre, çalışanların mesleki saygı boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimali ile yaş, çalışma biçimi, işletme deneyimi ve sektör deneyimi anlamlı ilişkilere sahiptir. Yaş ve işletme deneyimi değişkenleri bakımından, değişkenin değerinin bir birim artması ile mesleki saygı algısının düştüğü görülmektedir. Buna göre yaşı 29 ve altı olanların, 30 yaş ve üstüne göre mesleki saygı algıları yaklaşık altı kat (1/0,162); işletme deneyiminde yaşanan bir birimlik azalma ise mesleki saygı algısını yaklaşık beş kat (1/0,201) artırmaktadır. Çalışma biçimi değişkeni açısından da yine benzer bir sonuç görülmektedir. Buna göre sezonluk çalışanların, tüm yıl çalışanlara kıyasen, mesleki saygı algılarının daha düşük olduğu söylenebilmektedir. Ya da buna tersinden bakarsak, tüm yıl çalışanlarda mesleki saygı algısı, diğer gruba göre yaklaşık dört kat (1/0,248) daha fazladır. Sektör deneyimi ise bir birimlik artışı ile mesleki saygı algısını sekiz kat artırmaktadır.

Bağlılık boyutu açısından iç grupta yer alma ihtimali üzerinde demografik değişkenlerin ne kadar etkisi olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($\chi^2=40,152$; $p<0,01$). Hosmer ve Lemeshow Uyum İyiliği Testinin de anlamlı olmaması ($p>0,05$), modelin anlamlılığına katkı yapan bir diğer sonuçtur. Model Nagelkerke R² katsayısı ile iç grupta yer alma üzerindeki değişimin %28'ini açıklamış, genel olarak katılımcıların %69,4'ünü doğru kategorilerde sınıflandırmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. Bağlılık Boyutu Açısından Lojistik Regresyon Modelindeki Değişkenler ve Katsayıları

| | B (sh) | Wald | df | Sig. | Exp (B) |
|--------------------------|----------------------------------|---------------|----------|-------------|--------------|
| Cinsiyet(1) | -,310 (,39) | ,609 | 1 | ,435 | ,734 |
| Medeni Hal(1) | -,164 (,45) | ,121 | 1 | ,717 | ,848 |
| Yaş(1) | -,844 (,53) | 2,465 | 1 | ,116 | ,430 |
| Eğitim Durumu | -,840 (,35)* | 5,745 | 1 | ,017 | ,432 |
| Aylık Gelir(1) | ,544 (,67) | ,635 | 1 | ,426 | 1,723 |
| Çalışma Biçimi(1) | -,413 (,41) | ,903 | 1 | ,341 | ,661 |
| Günlük Çalışma Süresi(1) | -,0431 (,36) | ,006 | 1 | ,940 | ,970 |
| Turizm Eğitimi | ,190 (,25) | ,572 | 1 | ,449 | 1,209 |
| İşletme Deneyimi | -1,304 (,43)* | 5,317 | 1 | ,021 | ,356 |
| Sektör Deneyimi | 1,745 (,41)** | 14,477 | 1 | ,000 | 5,728 |
| Sabit | 1,276 (1,0) | 1,367 | 1 | ,242 | 3,520 |
| Varyans Açıklama Oranı | Cox ve Snell=%20; Nagelkerke=%28 | | | | |
| Ki-kare | 40,152 | | | | |
| Hosmer & Lemeshow | ,146 | | | | |
| Omnibus sig. | ,000 | | | | |

B: Beta; sh: Standart Hata; *p<0,05; **p<0,01

Tablo 6'da yer alan sonuçlara göre, bağlılık boyutu üzerinde eğitim durumu, işletme deneyimi ve sektör deneyimi anlamlı etkilere sahiptirler. Buna göre eğitim durumu bir birim azaldıkça bağlılık algısı yaklaşık iki buçuk kat (1/0,432) artmaktadır. İşletme deneyimi bir birim azaldıkça bağlılık algısı yaklaşık üç kat (1/0,356) artmaktadır. Sektör deneyimi söz konusu olduğunda ise sektör deneyimindeki artış, bağlılık algısını 5,7 kat artırmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada, konaklama işletmelerinde görev yapan alt düzey çalışanların LÜE algı düzeyini ortaya koymak amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre çalışanlar, hem genel olarak hem de alt boyutları itibariyle yüksek düzeyde LÜE algısı taşımaktadır. Buna göre çalışanların, liderleri ile yüksek düzeyli bir etkileşim içerisinde oldukları dile getirilebilir. Bu durum çalışanların yüksek iş tatminine ulaşabilmesi, daha motive olmuş bir şekilde çalışabilmesi ve daha yüksek performans düzeyine ulaşabilmesi gibi olumlu sonuçlara da yol açacağından gerekliliği yüksek düzeyde olan önemli bir husustur. Bu bakımdan konaklama işletmelerinde bunun sağlanabilmiş olması bir başarı olarak değerlendirilebilir.

LÜE'nin alt boyutları itibari ile ortalamalara bakıldığında genel ortalamaya benzer şekilde yüksek ortalamalar göze çarpmaktadır. En yüksek ortalama etki boyutunda ortaya çıkmıştır. Etki boyutu, hatırlanacağı üzere, taraflar arasındaki iş ya da profesyonel değerlerden daha çok kişiler arasındaki arkadaşlık ilişkilerini konu edinen boyuttur. Bu boyuttaki ortalamanın yüksek olması çalışanların liderlerini sosyal olarak beğendikleri ve ilişkilerinin kuvvetli olduğu şeklinde yorumlanabilir. Hem genel LÜE'nin hem de alt boyutlarının yüksek düzeyde ortalamalara sahip olması ile çalışanların kendilerini daha çok iç grupta yer alan bireyler olarak algıladıkları ifade edilebilir. Bu, liderlerin daha büyük bir iç gruba sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir ve yazında bu yönde yapılan öneri ile örtüşmektedir.

Çalışanların demografik özellikleri ile LÜE ilişkisini, hangi grubun daha yüksek ya da düşük ortalamaya sahip olduğunu anlayacak tarzda ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin, cinsiyet bakımından hangi grubun daha yüksek algı düzeyine sahip olduğunu ortaya koyan çalışmalara rastlanmaktadır (bkz. Tanrıverdi ve Kahraman, 2016; Demirci, 2017). Ancak bu çalışmalarda herhangi bir demografik değişkenin herhangi bir grubunda yer almanın, iç grupta yer alma ihtimali üzerinde ne kadar etkisi olduğu hakkında bir inceleme ya da bilgi görülmektedir. Bu çalışmanın diğer amacının da zaten bu boşluğu doldurmaya çalışmak olduğu belirtilmişti.

Faktör analizi sonucunda LÜE ölçeğinde ortaya çıkan alt boyutlara ayrı ayrı ikili lojistik regresyon analizi yapılarak, iç grupta yer alma ihtimali üzerinde hangi değişkenin ne derece etkili olduğu incelenmiştir. Öncelikle etki boyutunu incelersek, aylık gelir ve sektör deneyimi değişkenlerinin iç grupta yer alma ihtimali

üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Sonuçlara göre aylık gelirin 2801 TL ve üstünde olması iç grupta yer alma ihtimalini yaklaşık olarak altı kat artırmaktadır. Bu, etki boyutu itibarıyla daha yüksek gelir grubunda yer almak anlamındadır ve çalışanın lideri ile daha yüksek bir etkileşim içerisine girebilmesine zemin hazırlamaktadır. Sektör deneyimi söz konusu edildiğinde ise benzer şekilde deneyimin artışı ile iç grupta yer alma ihtimalinin yaklaşık olarak dört kat arttığı tespit edilmiştir.

Gelirin ve sektör deneyiminin artması ile LÜE'nin de artması konusunda şunlar söylenebilir. Denebilir ki, geliri artan bir çalışan –tabiri caizse– işyerinde *kafası rahat bir şekilde* çalışabilecektir. Bu ise çalışanın yönetsel talimatları anlama ve yerine getirme konusunda daha hazır ve istekli olmasına zemin hazırlayabilecektir. Sektör deneyimindeki artış ise çalışanlara iş prosedürlerini daha kolay anlayabilme, iş akışını hızlandırabilme gibi yetiler kazandırabilmektedir. Liderlerin de zaten bu tarz çalışanlarla beraber iş görebilmeyi daha çok arzulaması, lider-üye etkileşimini artıran bir unsur olarak ele değerlendirilebilir.

Mesleki saygı boyutu açısından, iç grupta yer alma ihtimali ile yaş, çalışma biçimi, işletme deneyimi ve sektör deneyimi anlamlı ilişkilere sahiptir. Buna göre yaş ve işletme deneyimi azaldıkça mesleki saygı algısı artmaktadır. Sektör deneyimi ise artışı ile mesleki saygı algısını artırmaktadır. Bununla birlikte tüm yıl çalışanlardaki mesleki saygı algısının sezonluk çalışanlara göre daha yüksek olduğu da söylenebilmektedir.

Yaş konusu ile ilgili olarak, yaşça büyük çalışanların, özellikle 40'lı ve üstündeki yaş diliminde, davranış değişikliği göstermede daha çok zorlandıkları, daha az eğitilebilir oldukları ve yaratıcılık ve üretkenlik gibi faktörler açısından daha az performansla sahip oldukları genel bir kabul olarak ifade edilmektedir (Smith ve Harrington, 1994: 804). Bütün bunlar da lider ile üye arasındaki etkileşimi olumsuz yöne etkileyebilecek unsurlar olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle yaşça daha küçük çalışanların lider ile daha yüksek etkileşim gösterecekleri şeklindeki sonucun yazın ile uyumlu olduğu da ifade edilebilir. Ayrıca daha önce yapılmış araştırmaların sonuçları, yaş ile LÜE arasında farklı farklı ilişkileri ortaya çıkarmıştır. Örneğin Wang (2016) iki değişken arasında zayıf bir ilişki tespit ederken ($r=0,12$); Brouer vd. (2009) herhangi bir ilişki olmadığını rapor etmektedir. Epitropaki ve Martin (1999) ise lider ile üye arasındaki yaş farkının artması ile ikili arasındaki etkileşimin artacağına değinmektedir.

İşletme deneyimi ile LÜE arasındaki ilişki mevzuu bahis olduğunda farklı sektörlerde araştırmalar yürüten Wayne vd. (1997), Wayne vd. (2002), Brouer vd. (2009) ile Loi vd. (2014), işletme deneyiminin genel LÜE üzerinde etkisi olmadığını tespit etmişlerdir. Bu araştırmanın sonuçları ise konaklama işletmeleri çalışanlarının işletme deneyimi arttıkça çalışanın lidere karşı olan mesleki saygı algısının azaldığı söylenebilir. Denilebilir ki, aynı işletmede uzun süre çalışmak kimi zaman, çalışanların liderle olan ilişkilerini yıpratmaktadır. Ek olarak işletmede çalışma süresi arttıkça bireyler zamanla işletmenin değerlerinin kendi değerli ile çelişebildiğini fark edebilir. Bunlar ise işletme içerisinde tutum ve davranışlarını etkileyebileceğinden (Erdogan vd., 2004: 304) çalışanın, yöneticisi ile olan ilişkisini de etkileyebilecektir. Diğer taraftan, tüm bunların bağlılık boyutu açısından da geçerli olduğu ifade edilebilir. Çünkü bağlılık boyutu açısından da işletme deneyimi, çalışanların bağlılık algısı üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.

Sektör deneyiminin artışı ise mesleki saygı algısını doğru orantılı olarak etkilemektedir. Aynı sektörde uzun süre çalışmak, daha önce ifade edildiği üzere, çalışanların iş becerileri yönüyle daha yetkin hale gelmesine ve işte daha üretken olabilmesine zemin hazırlayabilmektedir. Bu da çalışanın, liderin verdiği yönetsel talimatları daha hızlı ve istenilen şekilde yerine getirebilmesi nedeniyle ikilinin ilişkisine olumlu yönde yansımaktadır. Ek olarak, tüm bunların bağlılık boyutu açısından da geçerli olduğu ifade edilebilir. Çünkü bu boyut açısından da sektör deneyimi, çalışanların bağlılık algısı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Bağlılık boyutu açısından etkili olan üçüncü bağımsız değişken eğitim durumudur. Buna göre eğitim seviyesi ile bağlılık algısı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Bir diğer ifadeyle bağlılık algısının artması için eğitim seviyesinin azalması gerekmektedir. Bu sonuç, bazı çalışmalardan farklılık arz etmektedir. Örneğin, Lee (2008) eğitim seviyesi ile genel LÜE algısının ilişkili olmadığına değinirken, Chen vd. (2007) ile Bell vd. (2015) bu iki değişkenin doğru orantılı bir şekilde değiştiğini ifade etmektedir. İlk bakışta, eğitim durumunun artması ile yaratıcı düşünme, problem çözme ve planlama yapma gibi becerilerin de artabilmesi (Bell vd., 2015: 54) ve bunların da işe olumlu yansımalarla çalışanın yöneticisi ile iletişimini kuvvetlendirebilmesi nedeniyle, eğitim-LÜE algısı ilişkisinin doğru orantılı bir şekilde değişmesi daha mantıklı durmaktadır. Ancak bazen yüksek eğitim seviyesi ile gelen becerilerin de özgüveni ile çalışanlar, piyasada daha kolay iş bulabileceğini düşünebilmekte, bu da örgüte ve lidere bağlılığı azaltabilmektedir. Düşük eğitim seviyesine sahip çalışanların ise iş piyasasında talep gören becerilerden mahrum olabilmesi, bu çalışanlar açısından mevcut işin değerini yükseltebilmektedir. Böylelikle bu çalışanların yöneticilerine daha sadık olabileceği aklı gelebilir. İşte bu neden, eğitim seviyesi ile bağlılık algısının ters yönlü ilişkisini açıklayabilir. Ek olarak, eğitim seviyesi düşük olan çalışanlar, entelektüel bilgi birikimlerinin düşük olabilmesinin de etkisiyle, yöneticilerini

oldukça bilgili, işi ile ilgili bütün konulara vakıf, liderlik vasıflarına sahip biri olarak değerlendirebilir (Green, 2008: 107). İşte bu da düşük eğitim seviyesine sahip çalışanların bağlılık algılarını yine yükselebilecek bir unsur olarak değerlendirilebilir.

LÜE'nin alt boyutlarını oluşturan etki, bağlılık ve mesleki saygı açısından sektör deneyiminin önemi, diğer değişkenlere nazaran daha ön plandadır. Çünkü her bir boyutta etkisi olan değişken sektör deneyimidir ve her bir alt boyutu olumlu şekilde etkilemektedir. Sektör deneyimi ile ilgili buraya kadar ki ifadelerimizi genel bir çerçeveye oturtmak gerekirse şunlar söylenebilir. Beşeri sermaye teorisi dayanak yapılarak (Kim vd., 2015: 217), bir bireyin sektör deneyiminin artması ile iş ile ilgili özel bilgi ve becerilerinin arttığı, yaratıcılık ve problem çözme gibi becerilerinin gelişerek (Volmer vd., 2012: 460) iş üzerindeki kontrolünü artırdığı dile getirilebilir. Aynı zamanda bu çalışanların kritik zamanlarda sorumluluk alabilmesi de liderle olan etkileşimlerini artırabilmektedir (Kim vd., 2015: 220). Bu durum konaklama işletmeleri açısından özellikle yüksek sezonda büyük önem taşımaktadır. Zira bu dönemlerde kimi zaman, iş akışı aksayabilmektedir. Bu noktada bazı çalışanların sorumluluk alarak –tabiri caizse– *dümenin başına geçmesi* ve iş akışının normal seyrine dönebilmesi için problemlere karşı yenilikçi çözüm önerileri getirebilmesi gereklidir. İşte bu noktada, sektör deneyimi daha fazla olan çalışanlar, diğerlerine göre daha avantajlı bir konuma sahiptirler.

KAYNAKÇA

- Alparlan, A. ve Oktar, Ö. (2015). Türkiye’de Lider-Üye Etkileşimi Kuramına Dair Makale Kapsamındaki Araştırmalar: Bibliyometrik Bir İçerik Analizi. *Business and Economics Research Journal*, 6(1), 107-123.
- Baş, T., Keskin, N. ve Mert, S. (2010). Lider Üye Etkileşimi (LÜE) Modeli ve Ölçme Aracının Türkçe’de Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi, *Ege Akademik Bakış*, 10 (3), 1013-1039.
- Bell, C., Rvanniekerk, R., Nel, P. (2015). The relationship between some demographic variables and leadership effectiveness among local government managers in South Africa. *African Journal of Business Management*, 9(2), 50-58.
- Bolat, O. (2011a). Öz Yeterlilik ve Tükenmişlik İlişkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 255-266.
- Bolat, O. (2011b). Lider Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisi. “İşGüç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 13(2), 65-80.
- Bolat, O., Bolat, T., Seymen, O., Yüksel, M. (2017). İstismarcı Yönetim ve Tükenmişlik: Lider-Üye Etkileşimi ve Güç Mesafesinin Düzenleyici Etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(38), 85-111.
- Brouer, R., Duke, A., Treadway, D., Ferris, G. (2009). The moderating effect of political skill on the demographic dissimilarity — Leader-member exchange quality relationship. *The Leadership Quarterly* 20, 61–69.
- Can, A. (2018). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi. Ankara: Pegem Akademi.
- Cevrioglu, E. (2007). Lider-Üye Etkileşimi ile Bireysel ve Örgütsel Sonuçlar Arasındaki İlişki: Ampirik Bir İnceleme. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cha, J. ve Borchgrevink, C. (2018). Leader-Member Exchange (LMX) and Frontline Employees’ Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior in the Foodservice Context: Exploring the Moderating Role of Work Status, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 19:3, 233-258.
- Chow, C., Lai, J., Loi, R. (2015). Motivation of travel agents' customer service behavior and organizational citizenship behavior: The role of leader-member exchange and internal marketing orientation. *Tourism Management*, 48, 362-369.
- Çekmecelioglu, H. ve Ülker, F. (2014). Lider - Üye Etkileşimi ve Çalışan Tutumları Üzerindeki Etkisi: Eğitim Sektöründe Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 35-58.
- Çokluk, Ö. (2010). Lojistik Regresyon Analizi: Kavram ve Uygulama. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*. 10(3), 1357-1407.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2014). Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik, SPSS ve Lisrel Uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi.
- Dansereau, F., Cahman, J. ve Graen, G. (1973). Instrumentality Theory and Equity Theory as Complementary Approaches in Predicting the Relationship of Leadership and Turnover among Managers. *Organizational Behavior and Human Performance*, 10, 184-200.
- Demirci, B. (2017). Restoran İşletmelerinde Rol Stresi ve Lider-Üye Etkileşiminin İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dienesch, R. ve Liden R. (1986). Leader-Member Exchange Model of Leadership: A Critique and Further Development. *The Academy of Management Review*, 11 (3), 618-634.
- Dulebohn, J., Bommer, W., Liden, R., Brouer, R., Ferris, G. (2012). A Meta-Analysis of Antecedents and Consequences of Leader-Member Exchange: Integrating the Past With an Eye Toward the Future. *Journal of Management*, 38(6), 1715-1759.
- Epitropaki, O. ve Martin, R. (1999). The impact of relational demography on the quality of leader-member exchanges and employees’ work attitudes and well-being. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72, 237–240.
- Erdogan, B., Kraimer, M., Liden, R. (2004). Work Value Congruence and Intrinsic Career Success: The Compensatory Roles Of Leader-Member Exchange And Perceived Organizational Support. *Personnel Psychology*, 57, 305-332.
- Estiri, M., Amiri, N., Khajeheinan, D., Rayej, H. (2018). Leader-member exchange and organizational citizenship behavior in hospitality industry: a study on effect of gender. *Eurasian Bus Rev*, 8, 267–284.
- Eşitti, B. ve Kasap, M. (2019). The impact of leader-member exchange on lodging employees’ dynamic capacities: The mediating role of job satisfaction. *Tourism and Hospitality Research*, in press. doi: 10.1177/1467358419826397.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using Spss*. USA: Sage Publications.
- Garg, S. ve Dhar, R. (2016). Extra-Role Customer Service: The Roles of Leader-Member Exchange (LMX), Affective Commitment, and Psychological Empowerment, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 17:4, 373-396.
- Gerstner, C. ve Day, D. (1997). Meta-Analytic Review of Leader-Member Exchange Theory: Correlates and Construct Issues. *Journal of Applied Psychology*, 82(6), 827-844.
- George, J. ve Jones, G. (2012). *Understanding and Managing Organizational Behavior*. US: Pearson.
- Green, C. (2008). Leader member exchange and the use of moderating conflict management styles: Impact on relationship quality. *International Journal of Conflict Management*, 19(2), 92-111.

- Green, S., Anderson, S., Shivers, S. (1996). Demographic and Organizational Influences on Leader–Member Exchange and Related Work Attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 66(2), 203-214.
- Ilies, R., Nahrgang, J., Morgeson, F. (2007). Leader–Member Exchange and Citizenship Behaviors: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 269–277.
- Joo, B. (2010). Organizational Commitment for Knowledge Workers: The Roles of Perceived Organizational Learning Culture, Leader–Member Exchange Quality, and Turnover Intention. *Human Resource Development Quarterly*, 21(1), 69-85.
- Kaşlı, M. ve Seymen, O. (2010). Kişilik Özellikleri, Lider-Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27, 109-122.
- Katı, Y. (2016). İşgörenlerin Politik Becerileri ve Kariyer Başarısı İlişkisi: Lider Üye Etkileşiminin Aracılık Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kim, B. ve George, R. (2005). The Relationship Between Leader-Member Exchange (LMX) and Psychological Empowerment: A Quick Casual Restaurant Employee Correlation Study. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(4), 468-483.
- Kim, B., Lee, G. ve Carlson, K. (2010), An examination of the nature of the relationship between Leader-Member-Exchange (LMX) and turnover intent at different organizational levels, *International Journal of Hospitality Management*, 29, 591–597.
- Kim, S., O’neill, J. ve Cho, H. (2010), When does an employee not help coworkers? The effect of leader–member exchange on employee envy and organizational citizenship behavior, *International Journal of Hospitality Management*, 29, 530–537.
- Kim, T., Liu, Z., Diefendorff, J. (2015). Leader–member exchange and job performance: The effects of taking charge and organizational tenure. *Journal of Organizational Behavior*, 36, 216–231.
- KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı). (2019). Turizm Yatırım ve İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis İstatistikleri. Erişim Tarihi: 01.03. 2019. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istati-.html>.
- Kwon, S. M., ve Lim, Y. J. (2007). The State-Trait Anxiety Inventory, Trait Version: Examination of a Method Factor. *Korean Social Science Journal*, 34(2): 105-122.
- Lai, J., Chow, C, ve Loi, R. (2018). The interactive effect of LMX and LMX differentiation on followers’ job burnout: evidence from tourism industry in Hong Kong, *The International Journal of Human Resource Management*, 29:12, 1972-1998.
- Liao, S., Hu, D., Chung, H. (2009). The relationship between leader-member relations, job satisfaction and organizational commitment in international tourist hotels in Taiwan, *The International Journal of Human Resource Management*, 20:8, 1810-1826.
- Liden, R. ve Graen, G. (1980). Generalizability of the Vertical Dyad Linkage Model of Leadership. *The Academy of Management Journal*, 23(3), 451-465.
- Liden, R. ve Maslyn, J. (1998). Multidimensionality of Leader-Member Exchange: An Empirical Assessment through Scale Development. *Journal of Management*, 24(1), 43-72.
- Liden, R., Erdogan, B., Wayne, S., Sparrowe, R. (2006). Leader-member exchange, differentiation, and task interdependence: Implications for individual and group performance. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 723-746.
- Liden, R., Sparrowe, R. ve Wayne, S. (1997). Leader-member exchange theory: The past and potential for the future. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 15, 47-119.
- Liden, R., Wayne, S., Stilwell, D. (1993). A Longitudinal Study on the Early Development of Leader-Member Exchanges. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 662-674.
- Loi, R., Chan, K., Lam, L. (2014). Leader–member exchange, organizational identification, and job satisfaction: A social identity perspective. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 87, 42–61.
- Martin, R., Epitropaki, O., Thomas, G., Topakas, A. (2010). A Review of Leader–Member Exchange Research: Future Prospects and Directions. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 25, 35-87.
- Martin, R., Guillaume, Y., Thomas, G., Lee, A., Epitropaki, O. (2016). Leader–Member Exchange (LMX) and Performance: A Meta-Analytic Review. *Personnel Psychology*, 69, 67–121.
- Martin, R., Thomas, G., Legood, A., Russo, S. (2018). Leader–member exchange (LMX) differentiation and work outcomes: Conceptual clarification and critical review. *J. Organ. Behav.*, 39: 151–168.
- Moital, M., Vaughan, R., Edwards, J., Peres, R. (2009). Determinants of Intention to Purchase Over the Internet. *Anatolia*, 20:2, 345-358.
- Murphy, S. ve Ensher, E. (1999). The Effects of Leader and Subordinate Characteristics in the Development of Leader-Member Exchange Quality. *Journal of Applied Social Psychology*, 29 (7), 1371 -1394.
- Ordun, G. ve Aktaş, H. (2014). Lider-üye etkileşimi faktörlerinin liderler ve astlar tarafından karşılıklı algılanması: Bir perakende işletmesi çalışanları üzerinde araştırma. 43(1), 120-135.
- Pelit, E. (2008). İşletmelerde İşgören Güçlendirmenin İşgörenlerin İş Doyumuna Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Peng, C. ve So, T. (2002). Logistic Regression Analysis and Reporting: A Primer, *Understanding Statistics*, 1:1, 31-70.

- Pichler, S., Livingston, B., Yu, A., Varma, A., Budhwar, P., Shukla, A. (2019). Nationality diversity and leader–Member exchange at multiple levels of analysis: Test of a cross-level model. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 38 (1), 20-39.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003), Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business*. (Fourth Edition). NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlik*. Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Tabachnick, B. ve Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistics*. USA: Pearson.
- Tanrıverdi, H. ve Kahraman, O. (2016). 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Lider-Üye Etkileşimi ve İşe Yabancılaşma İlişkisi: Marmaris ve İstanbul Destinasyonlarında Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 463-493.
- Tsui, A. ve O'Reilly, C. (1989). Beyond Simple Demographic Effects: The Importance of Relational Demography in Superior-Subordinate Dyads. *The Academy of Management Journal*, 32 (2), 402-423.
- Tsui, A., Egan, T., O'Reilly, C. (1992). Being Different: Relational Demography and Organizational Attachment. *Administrative Science Quarterly*, 37 (4), 549-579.
- Volmer, J., Spurk, D., Nessen, C. (2012). Leader–member exchange (LMX), job autonomy, and creative work involvement. *The Leadership Quarterly*, 23, 456–465.
- Wang, C. (2016). Does leader-member exchange enhance performance in the hospitality industry?: The mediating roles of task motivation and creativity", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (5), 969-987.
- Wayne, S., Shore, L., Bommer, W., Tetrick, L. (2002). The Role of Fair Treatment and Rewards in Perceptions of Organizational Support and Leader–Member Exchange. *Journal of Applied Psychology*, 87 (3), 590–598.
- Wayne, S., Shore, L., Liden, R. (1997). Perceived Organizational Support and Leader-Member Exchange: A Social Exchange Perspective. *The Academy of Management Journal*, 40 (1), 82-111.

Safranbolu İlçesindeki Konaklama İşletmelerinin Finansal Sorunları Üzerine Bir Araştırma ¹

A Research on Financial Problems of Accommodation Enterprises in Safranbolu District

Hasan UYGURTÜRK*
Cenk ÇETİNKAYA **

ÖZ

Ekonomik kalkınmada önemli rol üstlenen turizm sektörünün ana unsurlarında biri konaklama işletmeleridir. Yoğun rekabet ortamında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri var olmak ve büyüyebilmek için sağlıklı ve güçlü bir mali yapıya sahip olmalıdır. Ancak konaklama işletmeleri faaliyetleri süresince birtakım finansal sorunlarla yüzleşmek zorunda kalmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de turizm sektöründe önemli bir yere sahip olan Safranbolu ilçesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin finansal sorunlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Safranbolu’da yer alan konaklama işletmelerinde anket çalışması yapılmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda Safranbolu’daki konaklama işletmelerinin sıklıkla karşılaştıkları finansal sorunların kapasite düşüklüğü, yüksek personel ve sigorta giderleri, kar marjlarının düşük olması, özsermaye yetersizliği, kısıtlı kredi imkanları, yüksek vergi ve harçlar ile sektörel teşviklerin yetersizliği olduğu tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Konaklama İşletmeleri, Finansal Sorunlar, Safranbolu

ABSTRACT

One of the main components of the tourism sector, which plays an important role in economic development, is accommodation enterprises. Accommodation enterprises operating in intense competition environment should have a healthy and strong financial structure in order to exist and grow their assets. However, accommodation enterprises have to face some financial problems during their activities. In this study, it is aimed to determine the financial problems of accommodation enterprises operating in Safranbolu, which has an important place in the tourism sector in Turkey. For this purpose, a questionnaire study was applied to the accommodation enterprises in Safranbolu and the obtained data were analyzed. As a result of the study, it is determined that the financial problems faced by the accommodation enterprises in Safranbolu frequently are low capacity, high personnel and insurance costs, low profit margins, lack of equity capital, limited credit facilities, high taxes and fees, and inadequate sectoral incentives.

KEYWORDS

Accommodation Enterprises, Financial Problems, Safranbolu

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 15.05.2019 | 02.09.2019 |
| Atıf | Uygurtürk, H. ve Çetinkaya, C. (2019). Safranbolu İlçesindeki Konaklama İşletmelerinin Finansal Sorunları Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 758-773. |

¹ Bu makale, Cenk Çetinkaya'nın Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda kabul edilen yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

* Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Girişimcilik Bölümü, hasanuygurturk@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9252-0155

** Doktora Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, cenkçetinkaya78@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-9620-3598

GİRİŞ

Sürekli değişen dinamik bir ekonomik ortamda faaliyette bulunan işletmeler çeşitli sorunlarla yüzleşmek durumunda kalmaktadırlar. Karşılaşılan sorunların tespiti ve bunlara çözüm önerileri geliştirmek işletme yöneticilerinin zamanlarını alan önemli konuların başında gelmektedir. Yöneticilerin muhatap oldukları sorunların bazıları duruma özel olsa da çoğu sorun farklılaşan zamana ve müşteri tercihine bağlı olarak farklı şekillerde tekrarlanmaktadır. Söz konusu sorunlardan biri olan ve hemen hemen tüm işletmelerde karşılaşılan önemli sorunlardan birini finansal nitelikli sorunlar oluşturmaktadır. Finansal sorunların sıklıkla karşılaşıldığı sektörlerden biri de turizmdir.

Turizm, ülkelerin döviz girdisini artırmakla beraber istihdama da önemli katkı sağlayarak ekonomik gelişmeye ivme kazandırmaktadır. Ayrıca turizm ülkelerin doğal, tarihi, arkeolojik verilerine değer katan ve uluslararası alanda ülkelerin birbirlerine yakınlaşmasını sağlayan en önemli sektörlerden biri konumunda bulunmaktadır (Ünüvar, 2006:180).

Turizm sektörünün başlıca unsurlarından biri turizm işletmeleridir. Yoğun rekabet ortamında bulunan turizm işletmeleri faaliyetlerinin sürekliliğini sağlayabilmek için ihtiyaç duydukları fonları uygun koşullarda elde edip bu fonları en iyi şekilde kullanabilmelidirler. Turizm sektöründeki ana işletme gruplarından biri olan konaklama işletmeleri için de sağlıklı bir finansal yapıya sahip olmak önem arz etmektedir.

Konaklama işletmelerinin maliyetlerinin önemli bir bölümü yatırım maliyetlerinden oluşmaktadır. Bu işletmelerin faaliyet sürecinde ise iş gücü maliyetleri, yiyecek-içecek maliyetleri ile konaklama hizmetlerine ilişkin maliyetler temel gider kalemlerini oluşturmaktadır (Türksoy, 2007: 109). Sabit sermaye yatırımlarının yüksek olması, uzun vadeli fon bulmada yaşanan problemler ve desteklerden yeterince yararlanılamaması otel işletmelerinin finansal anlamda dikkatli olmalarının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Özellikle mevsimsel koşulların daha çok etki ettiği turistik hareketlerin yoğun olarak yaşandığı bölgelerde turizm işletmelerinin finansal sorunları daha çok göze çarpmaktadır. Turistik talebin değişken yapısı da bu işletmelerin finansal planlama yapmalarını zorlaştırarak finansal sorunlara neden olmaktadır. Turizm işletmeleri finansal piyasaları takip ederek ve iyi bir finansal yönetim stratejisi uygulayarak yaşanabilecek finansal sorunların üstesinden gelebilmelidir (Akıncı, 2016: 144; Kaşlı ve Karataban, 2008: 145).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin doğru finansman kaynaklarını kullanmaları, sağlıklı ve güçlü bir mali yapıya sahip olmaları hem işletmenin kendisi hem de faaliyet gösterdiği turizm destinasyonun gelişimi açısından önem taşımaktadır. Bu kapsamda sahip olduğu konaklama işletmeleri, tarihi, doğal güzellikleri ve sosyo-kültürel özellikleri ile ön plana çıkan turizm destinasyonlarından biri de Safranbolu'dur.

Bu çalışmada konaklama işletmelerinin finansal sorunlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda önemli turizm destinasyonlarından biri olan Safranbolu'da yer alan konaklama işletmeleri çalışma kapsamına alınmıştır. Sürekli gelişen ve büyüyen turizm ekosistemi içinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin finansal sorunlarının tespiti turizm sektörünün sağlıklı gelişimi açısından da önem arz etmektedir. Dolayısıyla konaklama işletmelerinin finansal sorunlarını tespit etmek işletme yöneticilerine ışık tutabileceği gibi diğer akademik nitelikli çalışmalara da fikir sunacaktır. Ayrıca araştırma sonuçları çerçevesinde tespit edilen finansal sorunların çözüme kavuşturulmasıyla konaklama işletmelerinin etkinliklerinin artacağı düşünülmektedir.

1. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Konaklama işletmelerinin yaşadığı finansal sorunların belirlenmesine yönelik farklı araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

Ceylan ve İlban (2005) Balıkesir'de faaliyet gösteren otel işletmelerinin finansal sorunlarını ve uyguladıkları finansal teknikleri araştırmışlardır. Araştırma sonucunda otel işletmelerinin en önemli finansal sorunlarının nakit para sıkıntısı, tahsilatların zamanında yapılamaması ve maliyetlerdeki artışlar olduğu belirlenmiştir. Yılmaz (2007), Bodrum'daki konaklama işletmelerinin finansman sorunları ile uygulamalarını saptamayı ve bunlara çözüm önerileri getirmeyi amaçlamıştır. Yılmaz, işletmelerin en önemli sorununun finansman sorunu olduğunu ve bunu sırasıyla personel ve pazarlama sorunlarının takip ettiğini ifade etmiştir. İşletmelerin karşılaştığı finansman sorunlarının başında ise "kredi temininde zorluklar" ve "kredi maliyetlerinin yüksek olması" geldiğini belirtmiştir. Sanjeev vd. (2012) çalışmalarında Hindistan'daki konaklama sektöründe karşılaşılan finansal sıkıntıların belirlenmesini ve bunlara çözüm önerisi getirmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, Hindistan'daki konaklama sektöründe karşılaşılan başlıca finansal sıkıntıların yüksek finansman maliyetleri, vergi çeşitliliği, işletme sermayesi sorunları ile lisanslama ve yasalarla ilgili konular olduğu vurgulanmıştır.

Bilen vd. (2014) araştırmalarında Diyarbakır'daki konaklama işletmelerinin yaşadığı finansman problemlerinin tespit edilmesini ve söz konusu problemlerin çözümüne yönelik öneriler sunmayı

amaçlamışlardır. 22 konaklama işletmesinin kapsama alındığı çalışmada işletmelerin finansman teminindeki en önemli problemlerinin kredi teminindeki zorluklar ve çalışma sermayesinin azalması olduğu belirlenmiştir. Akay vd. (2015) çalışmalarında turizm işletmelerinin finansal sorunlarını tespit etmek ve çözüm önerilerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Yetersiz kazançlar, yüksek girdi maliyetleri ve nakit açığı turizm işletmelerinin en önemli finansal sorunları olarak sıralanmıştır. Karadeniz vd. (2015), Van’da bulunan KOBİ statüsündeki konaklama işletmelerinin ve A grubu seyahat acentalarının finansal sorunlarının analiz edilmesini amaçlamışlardır. 24 konaklama işletmesi ile 12 adet seyahat acentasının analize dahil edildiği çalışma sonucunda konaklama işletmelerinin ve seyahat acentalarının en önemli finansal sorunlarının enerji giderleri, vergi oranları ve faiz oranlarının yüksekliği olduğu ifade edilmiştir. Karadeniz vd. (2018) çalışmalarında Erzurum ve Kars’da bulunan KOBİ niteliğindeki otel işletmelerinin finansal sorunlarının analiz edilmesini amaçlamışlardır. 52 otel işletmesinden elde edilen veriler doğrultusunda otel işletmelerinin genel olarak finansal sorunlarının maliyetlerin değişkenliği, bankaların sundukları ağır şartlar, vergi ve faiz oranlarının yüksekliği gibi sorunlar olduğu ifade edilmiştir.

2. ÇALIŞMANIN KAPSAMI VE YÖNTEM

Bu çalışmada konaklama işletmelerinin finansal sorunlarının tespit edilmesi amaçlanmış ve turizm sektörü için önemli destinasyonlardan biri olan Safranbolu’da yer alan konaklama işletmeleri çalışma kapsamına alınmıştır. Konaklama işletmelerinin sağlıklı bir mali yapıya sahip olması ve finansal açıdan etkin bir şekilde faaliyetlerini sürdürmesi hem kendisi hem de içinde bulunduğu şehrin ekonomisi açısından önem taşıdığından üzerinde dikkatle durulması gereken bir konudur.

Araştırmanın ana kütlelerini Safranbolu ilçesindeki konaklama işletmelerinde çalışan yetkili kişiler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı Safranbolu Turizm Danışma Bürosu’ndan edinilen bilgilere göre 2017 yılı itibariyle Safranbolu’da turizm işletme belgeli 26, belediye belgeli 95 toplamda 121 konaklama işletmesi bulunmaktadır (STDB, 2019). Konaklama işletmelerinin tamamına ulaşılmış ancak 76 işletme yetkilisi ankete katılmayı kabul etmiştir. Anketlerden eksik veri içerenler (soruların tamamına cevap verilmeyenler) ve doğru doldurulmayanlar analiz dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak toplam 62 anket analiz amacıyla değerlendirmeye alınmış ve analize dahil edilmiştir.

Çalışmada konaklama işletmelerinde karşılaşılan finansal sorunların tespitine yönelik veri toplamak amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konaklama işletmelerinin özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise fonksiyonel bilgiler adı altında işletmelerin finansal sorunlarını tespit etmeyi amaçlayan 21 soru yer almaktadır.

Çalışma kapsamında konaklama işletmelerinde karşılaşılan finansal sorunları tespit etmek amacıyla, daha önce literatürde kullanılan ölçekler incelenmiş ve araştırma konusuna uygun olduğu düşünülen ölçekler anket formunda kullanılmıştır. Beşli likert tipi ölçeğin kullanıldığı anket formunda ölçek maddeleri “1= Önemsiz”, “2= Biraz Önemli”, “3= Önemli”, “4= Oldukça Önemli” ve “5= Çok Önemli” şeklinde belirlenmiştir. Safranbolu’daki konaklama işletmelerinin finansal sorunlarını tespit edebilmek amacıyla oluşturulan ankette elde edilen veriler ile frekans analizi yapılmış ve ortalamalar üzerinden yorumlanmıştır. Frekans analizi için SPSS programından yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Bulgular başlığı altında Safranbolu’da yer alan ve çalışmaya dahil olan konaklama işletmelerine ait bilgiler ile çalışma kapsamında gerçekleştirilen analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırmaya dahil edilen konaklama işletmelerine istatistiksel bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Konaklama İşletmelerine Ait İstatistiksel Bilgiler

| Değişken | Sayı (N) | Yüzde (%) | |
|--|----------------------------------|-----------|------|
| Konaklama işletmesinin türü | Otel | 13 | 21,0 |
| | Motel | 0 | 0 |
| | Butik Otel | 30 | 48,4 |
| | Pansiyon | 16 | 25,8 |
| | Diğer (Konak, bağ evi vb.) | 3 | 4,8 |
| Konaklama işletmesinin belge durumu | Belediye Belgesi | 35 | 56,5 |
| | Turizm Bakanlığı Belgesi | 27 | 43,5 |
| Konaklama işletmenin hukuki yapısı | Şahıs Şirketi | 43 | 69,4 |
| | Kollektif Şirket | 0 | 0 |
| | Limited Şirket | 12 | 19,4 |
| | Anonim Şirket | 4 | 6,5 |
| | Diğer | 3 | 4,8 |
| Konaklama işletmesinin faaliyet süresi | 1-5 yıl | 19 | 30,6 |
| | 6-10 yıl | 21 | 33,9 |
| | 11-15 yıl | 14 | 22,6 |
| | 16 yıl ve üstü | 8 | 12,9 |
| Konaklama işletmesindeki yatak sayısı | 1-10 yatak | 14 | 22,6 |
| | 11-20 yatak | 21 | 33,9 |
| | 21-30 yatak | 12 | 19,4 |
| | 31-40 yatak | 4 | 6,5 |
| | 41 yatak ve üstü | 11 | 17,7 |
| Konaklama İşletmesindeki personel sayısı | 1-9 kişi | 53 | 85,5 |
| | 10-20 kişi | 5 | 8,1 |
| | 21-30 kişi | 2 | 3,2 |
| | 31 kişi ve üstü | 2 | 3,2 |
| Konaklama işletmesinde finansman bölümü var mı? | Evet | 16 | 25,8 |
| | Hayır | 46 | 74,2 |
| Konaklama işletmesinde finans yönetimi görevi kim tarafından yürütülmektedir? | Patron/İşletme Sahibi | 45 | 72,6 |
| | Finans Müdürü/ Finansman Bölümü | 4 | 6,5 |
| | Muhasebe Müdürü/ Muhasebe Bölümü | 6 | 9,7 |
| | Diğer | 7 | 11,3 |
| Konaklama işletmesinde finansal planlama yapılıyor mu? | Evet | 31 | 50,0 |
| | Hayır | 31 | 50,0 |
| Konaklama işletmesinde faaliyetler için özsermaye yeterli mi? | Evet | 47 | 75,8 |
| | Hayır | 15 | 24,2 |
| Konaklama işletmesinde mevcut faaliyetler hangi kaynaklardan finanse edilmektedir? | Şirket Karı | 41 | 66,1 |
| | Banka Kredisi | 12 | 19,4 |
| | Factoring | 0 | 0 |
| | Finansal Kiralama | 0 | 0 |
| | Teşvikler | 0 | 0 |
| | Yeni ortaklar | 0 | 0 |
| | Satıcı Kredisi | 0 | 0 |
| | Eş dosttan borç alma | 0 | 0 |
| | Özsermaye | 9 | 14,5 |

Tablo 1'e göre konaklama işletmelerinin %48,4'ünü (30 adet) "Butik Otel", %25,8'ini (16 adet) "Pansiyon", %21'ini (13 adet) "Otel" ve son olarak %4,8'ini (3 adet) "Diğer" işletmeler (konak, bağ evi vb.) oluşturmaktadır. Sahip olunan belge açısından incelendiğinde işletmelerin %56,5'ini (35 adet) "Belediye Belgeli" işletmeler, %43,5'ini (27 adet) "Turizm Bakanlığı Belgeli" işletmeler oluşturmaktadır. İşletmeler hukuki yapılarına göre ele alındığında 43 "Şahıs Şirketi", 12 "Limited Şirket", 4 "Anonim Şirket" ve 3 "Diğer" başlığı altında gruplandırıldığı tespit edilmiştir. İşletmeler faaliyet süresi açısından değerlendirildiğinde ilk sırayı 6-10 yıl süreyle faaliyet gösteren 21 işletme almakta olup bunu sırasıyla, 1-5 yıl süreyle faaliyet gösteren 19 işletme, 11-15 yıl süreyle faaliyet gösteren 14 işletme ve 16 yıl üstü süreyle faaliyet gösteren 8 işletme takip etmektedir. Konaklama işletmelerinde finansman bölümünün varlığına ilişkin soruya 46 işletme hayır yanıtı vermiş, 16 işletme ise evet yanıtı vermiştir. Konaklama işletmesinde finans yöneticiliğini kimin yaptığına ilişkin soruya 45 işletme tarafından "Patron, İşletme Sahibi" yanıtı verilmiş, bunu sırasıyla, 7 işletme "Diğer", 6 işletme "Muhasebe Müdürü" ve 4 işletme "Finans Müdürü" yanıtları takip etmiştir. Konaklama işletmelerinde finansal plan yapılmasına ilişkin soruya 31 işletme "Evet", 31 işletme ise "Hayır" yanıtını vermiştir. 47 işletme özsermayelerini yeterli bulurken, 15 işletme özsermayelerini yetersiz bulmuşlardır. Konaklama işletmelerinde mevcut faaliyetlerin gerçekleştirilmesine ilişkin hangi finansman yönteminin kullanıldığı sorusuna ise, 41 işletme "Şirket Karı", 12 işletme "Banka Kredisi" ve 9 işletme "Özsermaye" yanıtını vermiştir.

Tablo 2: Konaklama İşletmelerinin Türüne Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| İşletme Türü | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|--------------|-------------|---|----------|----------------|
| Otel | Yüksek | Kapasite düşüklüğü | 4,0769 | 1,03775 |
| | | Kar marjlarının düşük olması | 4,0769 | 0,86232 |
| | | Faizlerin yüksekliği | 4,0769 | 0,86232 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3,3846 | 1,04391 |
| | | İşletme sermayesi yetersizliği | 3,2308 | 1,09193 |
| | | Nakit açığı sorunu | 3,3077 | 0,85485 |
| Butik Otel | Yüksek | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,9333 | 1,11211 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,7333 | 1,36289 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,6667 | 1,39786 |
| | Düşük | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 2,9667 | 1,35146 |
| | | Kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,9333 | 1,17248 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,8 | 1,18613 |
| Pansiyon | Yüksek | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,5625 | 0,89209 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,5625 | 1,09354 |
| | | Kısıtlı kredi imkânları | 3,4375 | 1,36473 |
| | Düşük | İşletme sermayesi yetersizliği | 2,3125 | 1,07819 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,125 | 0,80623 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,0625 | 0,92871 |
| Diğer | Yüksek | Öz sermaye yetersizliği | 4 | 0 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,6667 | 1,1547 |
| | | Kar marjlarının düşük olması | 3,6667 | 1,1547 |
| | Düşük | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 1,6667 | 1,1547 |
| | | Kısıtlı kredi imkânları | 1,6667 | 1,1547 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 1,6667 | 1,1547 |

Tablo 2'ye göre otellerin en önemli finansal sorunlarının kapasite düşüklüğü, kar marjlarının düşük olması ve faizlerin yüksekliği olduğu görülmektedir. Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk, işletme sermayesi yetersizliği ve nakit açığı sorunu otellerin finansal olarak önem düzeyi düşük sorunları olarak belirlenmiştir. Butik oteller açısından yüksek personel ve sigorta giderleri en önemli finansal sorun olarak görülmektedir. Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği ise butik oteller için finansal sorun olarak en düşük ortalamaya sahip olmuştur. Pansiyonlar için uygulanan ekonomi politikaları ile yüksek vergi ve harçlar sorunları en fazla ortalama değere sahip finansal sorunlar olurken, döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar en düşük ortalamaya sahip finansal sorun olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3: Konaklama İşletmelerinin Belge Türüne Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Belge Türü | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|--------------------------|-------------|---|----------|----------------|
| Belediye Belgeli | Yüksek | Kapasite düşüklüğü | 3,5429 | 1,29121 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,5429 | 1,46213 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,4286 | 1,19523 |
| | Düşük | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,6571 | 1,32716 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,6571 | 1,18676 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,6 | 1,21752 |
| Turizm Bakanlığı Belgeli | Yüksek | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 4,0741 | 1,10683 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,8889 | 1,01274 |
| | | Kar marjlarının düşük olması | 3,8148 | 1,14479 |
| | Düşük | İşletme sermayesi yetersizliği | 3,3333 | 1,27098 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 3,2963 | 1,17063 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 3,037 | 0,97985 |

Belediye Belgeli konaklama işletmelerinin karşılaştıkları finansal sorunlara bakıldığında en önemli finansal sorunların kapasite düşüklüğü ile yüksek vergi ve harçlar olduğu görülmektedir. Belediye Belgeli konaklama işletmeleri için kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi en az öneme sahip finansal sorun olarak tespit edilmiştir. Turizm Bakanlığı Belgeli konaklama işletmelerinde yüksek personel ve sigorta giderleri önem düzeyi en yüksek finansal sorun iken, kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği önem düzeyi en düşük finansal sorun olarak belirlenmiştir.

Tablo 4: Konaklama İşletmelerinin Hukuki Yapılarına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Hukuki Yapı | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|----------------|-------------|---|----------|----------------|
| Şahıs Şirketi | Yüksek | Yüksek vergi ve harçlar | 3,5814 | 1,31353 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,5581 | 1,2209 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,4884 | 1,00882 |
| | Düşük | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,8605 | 1,16663 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,7907 | 1,26412 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,7209 | 1,2017 |
| Limited Şirket | Yüksek | Kısıtlı kredi imkânları | 4,25 | 0,86603 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 4,25 | 0,86603 |
| | | İş hayatına yönelik bürokratik engeller | 4,1667 | 1,2673 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3,4167 | 1,44338 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 3,3333 | 0,7785 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,25 | 1,3568 |
| Anonim Şirket | Yüksek | Kar marjlarının düşük olması | 4,25 | 0,95743 |
| | | Yüksek kredi maliyetleri | 4 | 1,1547 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 4 | 0,8165 |
| | Düşük | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 3,25 | 1,70783 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 3 | 0,8165 |
| | | İşletme sermayesi yetersizliği | 2,5 | 1,29099 |
| Diğer | En Çok | Öz sermaye yetersizliği | 4 | 0 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,6667 | 1,1547 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 3,6667 | 1,1547 |
| | En Az | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 1,6667 | 1,1547 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 1,6667 | 1,1547 |
| | | Nakit açığı sorunu | 1,6667 | 1,1547 |

Yüksek vergi ve harçlar şahıs şirketi statüsündeki konaklama işletmeleri tarafından en önemli görülen finansal sorun olurken, kısıtlı kredi imkânları ve uygulanan ekonomi politikaları limited şirketler tarafından, kar marjlarının düşük olması da anonim şirketler tarafından en önemli finansal sorunlar olarak görülmektedir. Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği şahıs şirketleri tarafından en az önem düzeyine sahip finansal sorun olarak görülürken, limited şirket statüsündeki konaklama işletmeleri kapasite düşüklüğünü, anonim şirketler ise işletme sermayesi yetersizliğini en az önemli finansal sorun olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Tablo 5: Konaklama İşletmelerinin Faaliyet Sürelerine Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Faaliyet Süresi | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|-----------------|-------------|---|----------|----------------|
| 1-5 Yıl | Yüksek | Kapasite düşüklüğü | 3,8421 | 1,21395 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,8421 | 1,46299 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,7895 | 1,35724 |
| | Düşük | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 3,0526 | 1,64903 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3,0526 | 1,58021 |
| | | Kredi vadelerinin kısa olması | 3 | 1,52753 |
| 6-10 Yıl | Yüksek | Kısıtlı kredi imkânları | 3,7619 | 1,09109 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,7619 | 1,17918 |
| | | İş hayatına yönelik bürokratik engeller | 3,7143 | 1,23056 |
| | Düşük | İşletme sermayesi yetersizliği | 2,8571 | 1,35225 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 2,7619 | 1,13599 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,7143 | 1,0556 |
| 11-15 Yıl | Yüksek | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,9286 | 1,14114 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,9286 | 0,99725 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,9286 | 1,32806 |
| | Düşük | Kısıtlı kredi imkânları | 2,8571 | 1,16732 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,6429 | 0,92878 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,5000 | 0,75955 |
| 16 Yıl ve Üstü | Yüksek | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,6250 | 0,91613 |
| | | Faizlerin yüksekliği | 3,6250 | 0,91613 |
| | | Öz sermaye yetersizliği | 3,5000 | 1,06904 |
| | Düşük | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,8750 | 0,64087 |
| | | Kısıtlı kredi imkânları | 2,7500 | 0,70711 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,5000 | 0,75593 |

1-5 yıl arası faaliyet gösteren konaklama işletmeleri için en önemli finansal sorunlar kapasite düşüklüğü ile sektörel teşviklerin yetersizliği olarak görülürken, 6-10 yıl arası faaliyet gösteren işletmeler kısıtlı kredi imkanları ile yüksek vergi ve harçları, 11-15 yıl arası faaliyette bulunan işletmeler uygulanan ekonomi politikaları ile kapasite düşüklüğünü, 16 yıl ve daha fazla süredir faaliyet gösteren konaklama işletmeleri de yüksek personel ve sigorta giderleri ile faizlerin yüksekliğini en önemli finansal sorunlar olarak görmektedirler.

Tablo 6: Konaklama İşletmelerinin Yatak Sayısına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Yatak Sayısı | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|------------------|-------------|---|----------|----------------|
| 1-10 Yatak | Yüksek | Yüksek vergi ve harçlar | 3,6429 | 1,39268 |
| | | Faizlerin yüksekliği | 3,6429 | 1,39268 |
| | | İş hayatına yönelik bürokratik engeller | 3,5714 | 1,39859 |
| | Düşük | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,6429 | 1,44686 |
| | | İşletme sermayesi yetersizliği | 2,6429 | 1,44686 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,5 | 1,34450 |
| 11-20 Yatak | Yüksek | Kapasite Düşüklüğü | 3,7619 | 1,04426 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,7143 | 1,10195 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,5714 | 1,28730 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,7143 | 0,90238 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,6190 | 1,11697 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,3333 | 1,23828 |
| 21-30 Yatak | Yüksek | Yüksek vergi ve harçlar | 3,9167 | 1,50504 |
| | | Kapasite Düşüklüğü | 3,8333 | 1,26730 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,75 | 1,48477 |
| | Düşük | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 3,0833 | 1,08362 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 3,0833 | 0,99620 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 3,0833 | 1,37895 |
| 31-40 Yatak | Yüksek | Kısıtlı kredi imkânları | 4,5 | 1 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 4,5 | 0,57735 |
| | | Girdi maliyetlerinin yüksekliği | 4,5 | 0,57735 |
| | Düşük | Kapasite Düşüklüğü | 2,75 | 1,70783 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 2,5 | 1,73205 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,25 | 1,5 |
| 41 Yatak ve Üstü | Yüksek | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 4,1818 | 0,87386 |
| | | İş hayatına yönelik bürokratik engeller | 4 | 0,89443 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 4 | 1,09545 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3,5455 | 1,36848 |
| | | İşletme sermayesi yetersizliği | 3,4545 | 1,50756 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 3,2727 | 1,00905 |

Konaklama işletmelerinin yatak sayısı değişkeni kapsamında belirlenen finansal sorunlarının önem düzeyi yüksek olanlarının genel olarak yüksek vergi ve harçlar, yüksek personel ve sigorta giderleri, sektörel teşviklerin yetersizliği ve kapasite düşüklüğü olduğu görülmektedir. Bu kapsamda nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk, işletme sermayesi yetersizliği ve kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği sorunları işletmelerin önem düzeyi düşük finansal sorunları olarak tespit edilmiştir.

Tablo 7: Konaklama İşletmelerinin Personel Sayılarına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Personel Sayısı | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|----------------------------|-------------|---|----------|----------------|
| 1-9 Personel | Yüksek | Yüksek vergi ve harçlar | 3,5660 | 1,36592 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,5472 | 1,29446 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,5472 | 1,35258 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,8491 | 1,27696 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,8113 | 1,14450 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,6981 | 1,18622 |
| 10-20 Personel | Yüksek | Kapasite düşüklüğü | 4,6 | 0,54772 |
| | | İş hayatına yönelik bürokratik engeller | 4,6 | 0,54772 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 4,4 | 0,54772 |
| | Düşük | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 3,4 | 1,14018 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,4 | 1,51658 |
| | | Girdi maliyetlerinin yüksekliği | 3,4 | 1,51658 |
| 21-30 Personel | Yüksek | Yüksek vergi ve harçlar | 4 | 1,41421 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 4 | 1,41421 |
| | | Yüksek kredi maliyetleri | 3,5 | 0,70711 |
| | Düşük | İşletme sermayesi yetersizliği | 3 | 0 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3 | 0 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,5 | 0,70711 |
| 31 ve Üstü Personel | Yüksek | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 4,5 | 0,70711 |
| | | Yüksek kredi maliyetleri | 4 | 1,41421 |
| | | Kısıtlı kredi imkânları | 4 | 1,41421 |
| | Düşük | Faizlerin yüksekliği | 3,5 | 0,70711 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3 | 1,41421 |
| | | İşletme sermayesi yetersizliği | 2,5 | 2,12132 |

Konaklama işletmelerinin personel sayısı dikkate alındığında karşılaşılan finansal sorunların önem düzeyi yüksek olanlarının genel olarak yüksek vergi ve harçlar, yüksek personel ve sigorta giderleri ile yüksek kredi maliyetleri olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk, işletme sermayesi yetersizliği ve kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği sorunları işletmelerin önem düzeyi düşük finansal sorunları olarak tespit edilmiştir.

Tablo 8: Konaklama İşletmelerinde Finansman Bölümünün Varlığına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Finansman Bölümü | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|------------------|-------------|---|----------|----------------|
| Evet | Yüksek | Öz sermaye yetersizliği | 4 | 1,1547 |
| | | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 3,75 | 1,18322 |
| | | Kar marjlarının düşük olması | 3,6875 | 1,30224 |
| | Düşük | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 3,0625 | 1,48183 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,875 | 1,36015 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,875 | 1,36015 |
| Hayır | Yüksek | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,7391 | 1,21901 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,6739 | 1,28330 |
| | | Kapasite Düşüklüğü | 3,6522 | 1,13954 |
| | Düşük | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 2,9348 | 1,37279 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,8696 | 1,25802 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,8043 | 1,14736 |

Tablo 8 incelendiğinde bünyesinde finansman bölümü bulunan konaklama işletmelerinin finansal sorun olarak öz sermaye yetersizliğini ön plana çıkardıkları görülmektedir. Bünyesinde finansman bölümü bulunmayan konaklama işletmelerinde ise sektörel teşviklerin yetersizliği en yüksek ortalamaya sahip finansal sorun olarak belirlenmiştir. Her iki tür konaklama işletmesi için de kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği önem derecesi en düşük finansal sorun olarak görülmektedir.

Tablo 9: Konaklama İşletmelerinde Finans Yönetimi Faaliyetinin Sorumlusuna Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Sorumlu | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|------------------------------------|-------------|---|----------|----------------|
| Patron/ İşletme Sahibi | Yüksek | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,8 | 1,15994 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,7556 | 1,13128 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,7111 | 1,23624 |
| | Düşük | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 3,0667 | 1,03133 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,9111 | 1,27604 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,7778 | 1,10554 |
| Finans Müdürü/ Finansman Bölümü | Yüksek | Kar marjlarının düşük olması | 4,75 | 0,5 |
| | | Kısıtlı kredi imkânları | 4,5 | 0,57735 |
| | | Kredi vadelerinin kısa olması | 4,5 | 0,57735 |
| | Düşük | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3 | 1,1547 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 3 | 1,82574 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 2,5 | 1,29099 |

| Sorumlu | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|-------------------------------------|-------------|--|----------|----------------|
| Muhasebe Müdürü/ Muhasebe Bölümü | Yüksek | Öz sermaye yetersizliği | 4 | 0,89443 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,6667 | 0,81650 |
| | | Girdi maliyetlerinin yüksekliği | 3,6667 | 1,03280 |
| | Düşük | Kısıtlı kredi imkânları | 2,3333 | 1,50555 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,1667 | 1,83485 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,1667 | 1,32916 |
| Diğer | Yüksek | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,7143 | 1,88982 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,7143 | 1,88982 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,5714 | 1,61835 |
| | Düşük | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 2,2857 | 1,38013 |
| | | İşletme sermayesi yetersizliği | 2,1429 | 1,46385 |
| | | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 2 | 1,73205 |

Konaklama işletmelerinde finans yönetimi faaliyetini yürüten yetkililer açısından finansal sorunlara bakıldığında patron/işletme sahibinin yetkili olduğu işletmelerde yüksek personel ve sigorta giderleri; finans müdürünün yetkili olduğu işletmelerde kar marjlarının düşük olması; muhasebe müdürünün yetkili olduğu işletmelerde öz sermaye yetersizliği ve diğer personelin sorumlu olduğu işletmelerde ise sektörel teşviklerin yetersizliği ile yüksek vergi ve harçlar en önemli finansal sorun olarak ifade edilmiştir.

Tablo 10: Konaklama İşletmelerinde Finansal Planlamanın Yapılıp Yapılmamasına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Finansal Plan | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|---------------|-------------|---|----------|----------------|
| Evet | Yüksek | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,9677 | 1,16859 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,9032 | 1,19317 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,7742 | 1,20304 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 3,1290 | 1,43159 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 3,0645 | 1,23654 |
| | | Kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi | 3 | 1,06458 |
| Hayır | Yüksek | Kar marjlarının düşük olması | 3,4839 | 0,99569 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,4516 | 1,05952 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,4516 | 1,26065 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,8065 | 1,10813 |
| | | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,7419 | 1,38967 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,5806 | 1,11876 |

Tablo 10'da finansal planlama yapan ve yapmayan konaklama işletmelerinin finansal sorunlarına ilişkin ortalamalar ve buna bağlı olarak sorunların önem düzeyi verilmiştir. Finansal planlama yapan konaklama işletmeleri için en yüksek ortalamaya sahip sorun yüksek personel ve sigorta giderleri iken ikinci sırada yüksek vergi ve harçlar yer almaktadır. Finansal planlama yapmayan konaklama işletmeleri için ise en yüksek ortalamaya sahip sorun kar marjlarının düşük olması iken bu sorunu uygulanan ekonomi politikaları ve sektörel

teşviklerin yetersizliği takip etmektedir. Finansal planlama yapan konaklama işletmeleri için en düşük ortalamaya sahip finansal sorun kredi kurumlarının yüksek teminat istemesi iken finansal planlama yapmayan konaklama işletmeleri için en düşük ortalamaya sahip finansal sorun kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliğidir.

Tablo 11: Konaklama İşletmelerinin Özsermayelerinin Yeterli Olup Olmamasına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Özsermaye Yeterliliği | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|-----------------------|-------------|---|----------|----------------|
| Evet | Yüksek | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,8723 | 1,09578 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,8723 | 1,22682 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,6809 | 1,14410 |
| | Düşük | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,8936 | 1,28932 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,8723 | 1,03456 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,8298 | 1,22153 |
| Hayır | Yüksek | Öz sermaye yetersizliği | 3,6667 | 1,23443 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,6 | 1,24212 |
| | | Faizlerin yüksekliği | 3,4667 | 1,0601 |
| | Düşük | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,8 | 1,14642 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 2,8 | 1,32017 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 2,5333 | 1,24595 |

Tablo 11 incelendiğinde özsermayesinin yeterli olduğunu belirten konaklama işletmelerinin finansal sorun olarak sektörel teşviklerin yetersizliği ile yüksek vergi ve harçları ön plana çıkardıkları görülmektedir. Özsermayesinin yetersiz olduğunu belirten konaklama işletmelerinde ise özsermaye yetersizliği en yüksek ortalamaya sahip finansal sorun olarak belirlenmiştir.

Tablo 12: Konaklama İşletmelerinde Faaliyetlerin Finansman Kaynaklarına Göre Finansal Sorunların Önem Düzeyi

| Finansman Kaynağı | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|-------------------|-------------|---|----------|----------------|
| Şirket Karı | Yüksek | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,8780 | 1,07692 |
| | | Yüksek vergi ve harçlar | 3,8780 | 1,05345 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,6829 | 1,19246 |
| | Düşük | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 3,0244 | 1,40513 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 3 | 1,24499 |
| | | Nakit giriş ve çıkış zamanlamasındaki uyumsuzluk | 2,8537 | 1,17390 |
| Banka Kredisi | Yüksek | Öz sermaye yetersizliği | 3,8333 | 1,26730 |
| | | Yüksek personel ve sigorta giderleri | 3,8333 | 1,33712 |
| | | Alacakların zamanında tahsil edilememesi | 3,75 | 1,28806 |
| | Düşük | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,6667 | 1,07309 |
| | | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 2,5833 | 1,24011 |
| | | Mevzuatla ilgili yaşanan sorunlar | 2,4167 | 1,37895 |

| Finansman Kaynağı | Önem Düzeyi | Finansal Sorunlar | Ortalama | Standart Sapma |
|-------------------|-------------|---|----------|----------------|
| Öz Sermaye | Yüksek | Sektörel teşviklerin yetersizliği | 3,7778 | 1,30171 |
| | | Kapasite düşüklüğü | 3,6667 | 0,86603 |
| | | Uygulanan ekonomi politikaları | 3,5556 | 1,66667 |
| | Düşük | Döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar | 2,3333 | 1,41421 |
| | | Kredi Kurumlarının yüksek teminat istemesi | 2,2222 | 0,97183 |
| | | Kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliği | 2,2222 | 0,97183 |

Faaliyetlerin finansmanında şirket karı ve özsermayeyi kullanan konaklama işletmeleri için en önemli finansal sorun sektörel teşviklerin yetersizliği olurken, faaliyetlerin finansmanında banka kredisini kullanan konaklama işletmeleri için en önemli finansal sorunlar ise öz sermaye yetersizliği ile yüksek personel ve sigorta giderleridir. Farklı finansman kaynaklarını kullanan konaklama işletmeleri kredi geri ödemelerinde ödemesiz sürenin yetersizliğini en az önemli finansal sorunlardan biri olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

SONUÇ

Turizm sektörü, gelir yaratan, döviz girişi ve istihdam imkanı sağlayan, sosyal ve kültürel hayata etki eden önemli bir sektör niteliği taşımaktadır. Sektörün temelini oluşturan turizm işletmelerinin ekonomik, siyasi ve sosyal gelişmelerden etkilenmesi bu işletmelerin sağlıklı bir mali yapıya sahip olmalarını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla sürekli gelişen ve büyüyen turizm sektörü içinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sağlıklı bir mali yapıya sahip olması üzerinde dikkatle durulması gereken bir konudur.

Bu çalışmada turizm sektöründeki önemli destinasyonlardan biri olan Safranbolu'da yer alan konaklama işletmelerinin finansal sorunlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Safranbolu'da yer alan konaklama işletmelerine anket uygulanmış ve elde edilen veriler ile frekans analizi yapılmıştır.

Çalışmada, Safranbolu ilçesindeki konaklama işletmeleri farklı açılardan ele alındığında bu işletmelerin karşılaştıkları finansal sorunların değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. Buna göre genel olarak önem düzeyi yüksek olarak görülen ve sıklıkla karşılaşılan finansal sorunların kapasite düşüklüğü, yüksek personel ve sigorta giderleri, kar marjlarının düşük olması, özsermaye yetersizliği, kısıtlı kredi imkanları, yüksek vergi ve harçlar ile sektörel teşviklerin yetersizliği olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin 47'si 30 ve altında yatak sayısına sahiptir. Dolayısıyla Safranbolu'daki konaklama işletmelerinin genelinin kapasite açısından büyük işletmeler olmaması, daha çok ailelerce işletilmesi ve buna bağlı olarak da az sayıda çalışanın olması nedeniyle bu işletmeler ayrı bir finansman bölümüne sahip değildir. Bu durum konaklama işletmelerinin ihtiyaç duyduğu fonların doğru kaynaklardan elde edilmesini engelleyebilmekte ve finansman konusunda karşılaşılan sorunlara ilişkin rasyonel çözüm önerileri sunulmamasına neden olmaktadır. Ayrıca finansal ürün çeşitliliğinin ve risk kaynaklarının sürekli arttığı bir ekonomik ortamda faaliyette bulunan işletmelerin söz konusu riskleri tespit edip buna göre pozisyon alacak finansal konularda uzman insan kaynağına ihtiyaç olduğu görülmektedir. Dolayısıyla işletmelerin yapısı gereği ayrı bir finansman bölümü olmasa bile finansal konularda eğitimli ve deneyimli personelin istihdam edilmesi finansal nitelikli sorunların üstesinden gelinmesinde yardımcı olabilecektir.

Analize dahil edilen konaklama işletmelerinin %50'si finansal planlama yapmadığını belirtmiştir. Faaliyetlerin önceden plana bağlanması işletme yönetici veya sahiplerinin karar verme aşamasında işini kolaylaştırmakla beraber beklenmedik durumlar karşısında hazırlıklı olmayı da sağlamaktadır. Dolayısıyla işletmelerin finansal planlamayı iş süreçlerinin zorunlu bir parçası olarak görmeleri finansal nitelikli sorunların aşılmasında kolaylık sağlayacaktır. Özellikle birçok işletmenin başarısızlığa uğramasında nakit dengesinin sağlanamamasının rol oynaması göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin en azından dönemsel nakit bütçesi hazırlamaları büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda finansal kiralama, faktoring gibi gelişen finansal araçlardan yararlanmak suretiyle nakit yönetimi ve tahsilatta yaşanan sorunlarla başa çıkılabilecektir. Ayrıca işletme sahip ve/veya yöneticilerinin belirli periyotlarla gerçekleştirecekleri finansal analizler işletmenin hangi yönlerden zayıf hangi yönlerden güçlü olduğunu ortaya koyacak ve bu doğrultuda gerekli adımlar atılabilecektir.

Çalışmada ulaşılan sonuçlar turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yöneticilerine, araştırmacılara ve ilgili kamu kurumlarına konaklama işletmelerinin finansal sorunları hakkında bilgi

sağlamaktadır. Ayrıca çalışmada elde edilen sonuçlar, ileride Safranbolu'da yapılacak yeni araştırma sonuçları ile kıyaslanabilir ve zaman içinde mevcut finansal sorunların ne ölçüde değişim gösterdiği tespit edilebilecektir.

KAYNAKÇA

- Akay, B., Sancar, M. F., Uslu, A. ve Öztürk, B. (2015) "Turizm İşletmelerinin Finansal Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(2), s. 27-33.
- Akıncı, Z. (2016) *Otel İşletmeciliği ve Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bilen, A., Karakaş, A. ve Yağmur, M. (2014) "Diyarbakır'daki Yerleşik Konaklama İşletmelerinin Karşılaştığı Finansal Sorunlar ve Çözüm Önerileri", *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 5(10), s. 91-104.
- Ceylan, A. ve İlban, M. O. (2005) "Otel İşletmelerinin Finansal Sorunları Balıkesir İlinde Bir Alan Araştırması", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 2(3), s. 12-18.
- Karadeniz, E., Unur, K., Köşker, H. ve Zencir, B. (2015) "Van İlinde Faaliyet Gösteren KOBİ Statüsündeki Konaklama ve Seyahat İşletmelerinin Finansal Sorunlarının Analizi", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), s. 85-98.
- Karadeniz, E., Koşan, L. ve Geçgin, E. (2018) "KOBİ Kapsamındaki Otel İşletmelerinin Finansal Sorunları: Kars ve Erzurum İllerinde Bir Araştırma", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), s. 302-319.
- Kaşlı, M. ve Karataban, Ö. (2008) "İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Oranlar Yoluyla Analizi", 3. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 17-19 Nisan 2008, Balıkesir.
- Sanjeev, G. M., Gupta, K. ve Bandyopadhyay, R. (2012) "Financial Challenges in The Indian Hospitality Industry", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 4(2), s. 163-173.
- STDB (2019) "Safranbolu Turizm Danışma Bürosu- Konaklama Tesisleri", Güncelleme tarihi: 12.05.2019, <http://www.safranboluturizmdanismaburosusu.gov.tr/TR-156254/konaklama---yeme-icme.html>.
- Türksoy, A. (2007) "Konaklama İşletmelerinde Mali Başarısızlığa Yol Açan Etmenler", *Ege Akademik Bakış*, 7(1), s. 99-115.
- Ünüvar, Ş. (2006) "Pazarlama Aracı Olarak Konaklama İşletmelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetleri", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), s. 179-198.
- Yılmaz, H. (2007) "Turizm Sektörü KOBİ'lerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 33, s. 162-170.

İnsan Kaynakları Temin ve Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesinin Kullanılması ve Oteller Üzerine Bir Uygulama¹

Use of Analytical Hierarchy Process in Human Resources Procurement and Selection: An Application on Hotels

Serhan GÜRKAN*
Burcu Başkaya DAZLAK**

ÖZ

İşletmelerin hedefleri doğrultusunda doğru işe doğru personel seçmek oldukça önemlidir. Bunun yanında bireylerin çalışmak istedikleri alanda hangi kriterlerin daha önemli olduğunu bilmesi kariyer hedefleri açısından önemli görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; turizm işletmelerinde ön büro personelinin işe alım sürecinde etkili olan kriterlerin önem derecesinin tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Kriterlerin önem derecesi, çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan analitik hiyerarşi prosesi (AHP) yöntemi vasıtasıyla belirlenmiştir. Çalışmada, deneyim kriterinin diğer kriterlere göre daha fazla öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

İnsan Kaynakları Yönetimi, Personel Seçim Süreci, Turizm

ABSTRACT

It is crucial to appoint the right personnel in the right place according to a business' goals and visions. Furthermore, knowing the necessary criteria and skills for the work that the individuals are interested in, is critical. Therefore, the main objective of this study is to determine the importance of the effective criteria and skills when hiring a front desk personnel in tourism establishments. Analytical hierarchy process (AHP), which is one of the techniques that is used for multi-criteria decision analysis, is adopted in order to complete the criteria significance level. As a result, experience criteria have been determined to be the most important of all among others.

KEYWORDS

Human Resource Management, Personnel Selection, Tourism.

| | <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 30.09.2019 | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 19.11.2019 |
|------------|---|---|
| <i>Atf</i> | Gürkan, S. ve Dazlak, B.B: (2019). İnsan Kaynakları Temin ve Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesinin Kullanılması ve Oteller Üzerine Bir Uygulama. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 774-783. | |

¹ Bu çalışma Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Serhan Gürkan danışmanlığında Burcu Başkaya Dazlak tarafından "İnsan Kaynakları Temin ve Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesinin Kullanılması ve Oteller Üzerine Bir Uygulama" ismiyle tamamlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

* Doç. Dr. Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, serhangurkan@karabuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2363-5661

** Karabük Üniversitesi SBE, brc_bskyy@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8884-4176

GİRİŞ

Çalışma yaşamında çalışan ve işveren uyumu oldukça önemli görülmektedir. Çalışanların işletmenin kendilerinden beklentilerini bilmesinin, çalışan işveren uyumunu artıracakları açıktır. Diğer taraftan işverenlerin ise kendi beklentilerini karşılayabilecek çalışanları seçmesi uyumlu bir çalışma ortamı için gereklidir. Başka bir anlatımla işverenlerin çalışanlarında olması gereken nitelikleri ortaya koyması; çalışmak için başvuran adayların ise beklentileri karşılayacak niteliklere sahip olması veya olmak için çaba sarf etmesi, sağlıklı bir çalışma hayatı için gerekliliktir. Bu bilgi ışığında farklı sektörlerde ve farklı iş pozisyonları için işe alım sürecinde etkili olan faktörleri ve bu faktörlerin önem derecesini belirlemeye yönelik çalışmalar önemli görülebilir.

Turizm sektörü, Türkiye’de en önemli istihdam alanlarından bir tanesidir. Yapılan literatür taraması neticesinde büyük ölçekli turizm işletmelerinde ön büro elemanı seçiminde etkili olan faktörlere ilişkin daha önce yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Literatürde belirlenen bu boşluğun doldurulması adına bu çalışmada turizm işletmelerinde ön büro elemanı olarak çalışacak personelin seçiminde etkili olan kriterlerin önem derecesinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Literatürde personel seçiminde çok kriterli karar verme tekniklerinin kullanılmasına ilişkin çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Yapılan literatür incelemesi sonucunda büyük ölçekli turizm işletmelerinde personel seçimine dair yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Turizm sektörü, Türkiye’de en önemli istihdam alanlarından bir tanesidir. Çalışmanın bulgularının, turizm sektöründe çalışan veya çalışmayı planlayan bireylere hangi kriterlere yoğunlaşmaları gerektiği konusunda yol göstermesi beklenmektedir. Bu bakımdan çalışmanın hem turizm sektöründe işe alım sürecinde etkili olan yöneticilere hem de turizm sektöründe çalışan veya çalışmayı planlayan bireylere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Belirlenen amaç doğrultusunda çalışan sayısı 250’nin üzerinde bulunan turizm işletmelerinin insan kaynakları departmanında işe alım sürecinde görevli 10 adet uzman ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan analitik hiyerarşi prosesi (AHP) yöntemi vasıtasıyla analiz edilmiştir. Çalışma probleminin hiyerarşik yapısı tecrübe, eğitim, mesleki gereklilikler ve bireysel özellikler olmak üzere dört ana kriter altında tanımlanmıştır. Ana kriterler ise on iki alt kritere ayrılmıştır.

1. OTEL İŞLETMELERİNDE PERSONEL SEÇİM KRİTERLERİNE İLİŞKİN LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

İnsan kaynakları yönetimince; doğru işe, doğru personel alımı yapmak temel amaçtır ve personelle yapılacak iş arasındaki uyum oldukça önemlidir, bundan dolayı personel seçim kriterleri doğru belirlenmelidir. Bu kriterler; tecrübe, eğitim, mesleki gereklilikler ve bireysel özellikler olarak ayrılarak, kriterler tanımlanmaya çalışılmıştır.

1.1.Tecrübe

Tecrübe yani deneyim; kişinin belirli bir konuda hayat boyu veya belirli bir sürede elde ettiği bilgi birikiminin tamamıdır. İnsan kaynakları yönetimince ise; işletmede çalışan personelin, hangi alanda kariyer yapmak istiyorsa, o alanda kendini geliştirmiş, deneyimlemiş bilgi birikiminin tamamıdır. Tecrübe, iş yaşamında insana güven verdiğinden son derece önemli bir kriterdir. Tecrübe sonucu oluşan bilgi birikimini, yeni gelişmelerle bütünleştirip harmanlayarak iş yaşamında başarıyı artırıcı kriter olarak karşımıza çıkıp, olayları daha iyi analiz etmemizi sağlar.

Son yıllarda turizm sektörü, diğer sektörlerle oranla daha dinamik bir yapıya sahip olup, her yıl farklı hedefler ve deneyimler ortaya koymaktadır. Geçen yıllara baktığımızda, turizm sektöründe her geçen yılın üstüne farklı destinasyonlar ve farklı turizm deneyimleri ortaya çıkmaktadır. Bunlara baktığımızda deneyimin doğru pazarlanması sonucu, sadece turist sayısında artış değil, doğru turist türünü, doğru noktayla birleştirerek turizm sektöründe doğru stratejiler uygulayarak, kalitenin yükselmesine sebebiyet verir ve bu tecrübe sonucu kişilere doğru turist türünü doğru yerle birleştirerek, kültür deneyimi sunar ve genç nesillere hikayeleştirebilecekleri bir yer ve birden fazla deneyim sunmuş olur, yani turizm sektöründe ki çalışan deneyimi ne denli yüksekse, kişilere vermiş olduğu hizmet ve deneyim o kadardır. Tecrübe kriterinin, personel seçimi açısından göz önünde bulundurulması gerektiğine ilişkin literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır ve bu çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Doğan ve Önder (2014:5808), çalışmasında bilişim sektöründe yer alan perakende zincir mağazalarında çalışacak satış temsilcilerinin hangi özellikleri taşıması gerektiği konusunu araştırmıştır. Çalışmada 22 kişiyle anket çalışması yapılmış olup, elde edilen veriler AHP ve TOPSIS yöntem kullanılarak yorumlanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, tecrübe ile ilgili kriterlere ilişkin lokal ağırlıklar verilmiş olup, müşteri

ihtiyacını doğru ve hızlı anlayabilecek, ürünlerin tanımını doğru yapabilecek tecrübeye sahip olan en önemli kriter olarak ortaya çıkmıştır, onu takip eden bilişim, elektronik veya beyaz eşya ürün gruplarından birinde “Satış Danışmanı” olarak çalışmış olmak kriteri takip etmektedir, sonrasında ise mağaza sektöründe satış deneyimi olan veya bu konuda kariyer yapmak isteyen kriterse, üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir.

Çevirgen ve Üngören (2009:274) çalışmasında, “Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Etik İklimin, Çalışanların İş Tatmini Üzerine Etkileri” araştırması incelenmiştir. Araştırmada 122 kişiyle anket yapılmıştır, ve SPSS programıyla yorumlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre; tecrübeyle ilgili kriterlere ilişkin lokal ağırlıklara baktığımızda, mesleki tecrübe süresi 13 yıl ve üzeri olan kısım ve üst yönetim çalışanlarının otel işletmelerinde etik kuralların tavizsiz bir şekilde uygulandığı ve destek verdiği görülmüştür.

Bahadır ve Yılmaz (2011:32) çalışmasında, “Otel İşletmelerinde Önbüro Çalışanlarının Etik Algıları” araştırması incelenmiştir. Araştırmada, 207 kişiyle yapılmış olup ilişkisel tarama modeliyle yorumlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre; tecrübeyle ilgili kriterlere ilişkin lokal ağırlıklara baktığımızda, üniversite eğitimi (lisans) alanların, almayanlara göre etik kuralların düşük olduğu görülmüştür yani öğrenim düzeyine göre çalışanların işletmedeki uygulamaların etik algılamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Turizm eğitimi alan personelin ise almayana göre etik algılama düzeyinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Çalışanların çalışma süresine göre etik algılamasına baktığımızda ise yapılan anket sayısı, çalışma süresi eşit olarak yapılmıştır ve çıkan sonuç ise işe yeni girenler ve 3-10 yıl üstü çalışana göre, 3-10 yıl arası çalışanların etik algının daha yüksek olduğunu görmekteyiz.

1.2.Eğitim

Eğitim; bireyin, toplum yaşayışında yer alabilmesi için belirli bir bilim dalında veya konuda elde edilen, kazanılan bilgi ve becerinin tamamı, kendini geliştirme yolundaki sosyal sürecin tamamıdır. Yaşadığımız çağın bilgi çağı olması, bilginin insanda büyük farklar oluşturduğunun bilinmesi, eğitimin önemini her geçen gün daha da artırmaktadır. Eğitim sayesinde her geçen gün gelişime katkı sağlama, bir şeyler üretebilme ve yaşama dair değerler ortaya koyabilmek için herkesin iyi bir eğitim ve öğretime ihtiyacı vardır. Eğitimin temel amacı, insanların bilgi ve becerilerinin artırılması, topluma iyi bir birey olarak kazandırılmasıdır. Turizm sektöründe eğitimin amacı ise, turizm bilincini uyandırmak, turistlere doğrudan hizmet veren personel mesleki bilgi ve davranış biçimini kazandırmak, emeğe dayalı turizm kesiminde verimlilik artışı sağlamak ve son olarak da personele gerekli yetki sorumluluk ve beceriyi vermektir, bundan dolayı eğitim, turizm sektörü için oldukça önemli bir yapıya sahiptir (Maviş ve Kozak, 1992:169). Eğitim kriterinin, personel seçimi açısından göz önünde bulundurulması gerektiğine ilişkin literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır ve bu çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Özgörmüş vd. (2005:114), çalışmasında gıda sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin “tedarik planlama mühendisi seçme”, konusunu araştırılmıştır. Araştırmada BAHP yöntemi uygulanmıştır. Eğitim ana kriterine ilişkin dilsel değişkenler kullanılarak yapılan ikili karşılaştırma matrisinde çıkan sonuç kuvvetli derecede yabancı dilin çok önemli olduğu, sonrasında bilgisayar bilgisi ve referansın çok önemli olduğunu ortaya koymuştur.

Özdemir vd. (2015:136) çalışmasında “Bodrum’da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerince Verilen İş İlanlarındaki İş Gören Niteliklerinin Analizi” konusu araştırılmıştır”. Bodrumdaki turizm işletmelerinin, hangi nitelikte iş gören seçimi yaptığı araştırılmıştır ve Bodrumdaki 4 ve 5 yıldızlı otelin 524 iş ilanı incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucuna göreyse eğitim kriterlerine baktığımızda yabancı dil bilgisinin ilk sırada olduğunu sonrasında mezuniyet durumunun önemli olduğunu görmekteyiz.

Bayram (2011:38) çalışmasında, otel işletmelerindeki genel müdürlerin niteliklerini gösteren bir konu ele alınmış, “Otel İşletmelerinin Genel Müdür Profillerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma” konusu araştırılmıştır. Çalışmada SPSS programından yararlanılmıştır. 20 tane otel işletmesinin genel müdürleriyle görüşülmüştür. Eğitim ana kriterine ilişkin değişkenlere baktığımızda burada da üst yönetim eğitim niteliğinde de yabancı dil bilgisinin yüksek olduğunu ve onu takip edense lisans mezuniyet durumu olduğunu görüyoruz.

1.3.Mesleki Gereklilikler

Mesleki gereklilikler; kişinin yapmış olduğu mesleği öngörerek, mesleki bilgi, beceri ve yetkinliğe sahip, mesleğiyle ilgili teknik ve mesleki eğitim standartlarının ve yeterlilik bütünüdür. Bu bütün, mesleklerin daha güvenli ve rekabetçi bir şekilde icra etmeyi, iş hayatı içerisinde çağın ve günün teknolojisine uyum sağlayarak yapılan işlerde verim ve kalitenin yükselmesine sebebiyet vererek, mesleki standartların oluşmasını sağlar. Turizm sektörü, rekabetin yüksek olduğu bir piyasadır. Bu sebeple, gelişmekte olan ülkelerin mesleki gereklilikte yetersiz kalması, turizm hizmetlerinde istenilen standartlar yakalayamamasına sebep olmaktadır (Olalı,1982:63). Turizm sektöründe yüksek hizmet standartlarının verilebilmesi için, nitelikli işgücünün

geliştirilmesi, çalışanları daha verimli kılar, ekonomik ve sektörel büyümeye de önemli katkı sağlar (Woodhall,1979:34). Mesleki Gereklilik kriterinin, personel seçimi açısından göz önünde bulundurulması gerektiğine ilişkin literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır ve bu çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Dayioğlu (2010:68) çalışmasında, konaklama işletmelerinde işverenlerin staj eğitimi gören öğrenciler hakkında görüşlerin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır, çalışma araştırmayı kabul eden 74 konaklama işletmesi işvereninden oluşmaktadır. Araştırma çalışmasının analiz aşaması SPSS programı 11.5 versiyonu kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, mesleki gereklilik ile ilgili kriterlere ilişkin lokal ağırlıklara baktığımızda, iş bilgisi yani işi anlama derecesi ve işle ilgili araç gereç kullanım bilgisinin çok iyi olduğu ortaya çıkmış, mesleki gereklilik üzerine kendi kendini geliştirme kabiliyeti iyi olarak çıkmıştır, son olaraksa, yabancı dil bilgisinin ise stajyer öğrenciler için düşük seviyede olduğu ortaya çıkmıştır.

Ömürbek ve Şimşek (2014:158), çalışmasında turizm sektöründe personel seçimi için, hangi özelliklere sahip olunması konusunu araştırmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre mesleki gereklilikle ilgili kriterlere ilişkin lokal ağırlıklar verilmiş olup, en önemli kriter olarak deneyim ortaya çıkmış, daha sonrada genel program bilgisi daha iyi olan, şeklinde takip etmiştir.

Bak vd. (2014:104) çalışmasında, ‘‘Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi’’, konusunu incelemiştir ve biz burada olumsuz bakış açısını alarak aşağıda incelemesini yapacağız. Araştırmada toplam 20 kişiyle görüşülmüş olup, açık uçlu soru formu aracılığıyla meslek örgütleri ve akademisyenlerin düşünceleri alınarak yapılmıştır. Turist rehberliğinin mesleki eğitim açısından olumsuz yönlere baktığımızda, en fazla sertifika programlarının yetersizliği ilk sırada almaktadır, ikinci sırada yabancı dil puanı ve eğitimdeki üçlü yapı eleştirilmiştir, son olaraksa bakanlık ve TUREB sınavlarının yetersizliği konuyla alakalı sonuncu olumsuzluk olarak değerlendirilmiştir.

1.4.Bireysel Özellikler

Bireysel özellikler; kişiye has, kişileri birbirinden farklı tutan, kişiye özel sosyal ve zihinsel özelliklerin tamamıdır. Bireysel özellikler önemli bir kriterdir, kişilerin arasında çeşitli farklılıklar vardır ve bu farklılıkların önemini bilip, bireylerin sahip oldukları bu özellikleri ortaya çıkararak iş yaşamında veya normal hayatta kullanılması sağlanarak farkındalıklarının ortaya konması önemli bir özelliktir. Bireysel özellikler kriterinin, personel seçimi açısından göz önünde bulundurulması gerektiğine ilişkin literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır ve bu çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Çelikkalek (2018:79) çalışmasında sağlık sektöründe yönetici seçimi üzerine bir uygulama yapmış olup 5 üst düzey yönetici ve İKY çalışanı görüşüne başvurulmuştur. Uygulamada Gri AHP-MOORA yaklaşımı kullanılmıştır ve bireysel özelliklere ilişkin lokal ağırlıkların ve alt kriterlerine baktığımızda en önemli kriter olarak, liderlik sonrasında problem çözme yeteneği, üçüncü en önemli kriter olaraksa; risk alma ve karar verme kriterlerini görmekteyiz.

Erdem (2002:149) çalışmasında otel işletmelerinde personel bulma ve seçme sürecine yönelik bir uygulama çalışması incelenmiştir. Çalışmada, Antalya ilinde 25 otel işletmesi ile anket yapılarak görüşülmüştür. Yöneticilerle yapılan araştırma sonucuna göre personel alımı yaparken bireysel özellik ana kriteri altında en önemli görülen alt kriter; yetenekli adayların bulunmak istenmesi, ikinci olarak, işletmeye yeni fikir ve görüş sunabilecek adaylar, son olaraksa çalışanlar arasında olumlu rekabet ortamının oluşturulmasıdır.

Akbaba ve Günlü (2011:212) çalışmasında, otel işletmelerinde insan kaynakları yönetim işlevlerinden iş gören bulma, seçme ve eğitim işlevlerinin stratejik bakış açısıyla incelenmiştir ve 5 yıldızlı oteller üzerinden 17 yöneticiyle anket çalışması yapılmıştır ve bireysel özelliklerin alt kriterleri incelendiğinde bu çalışmada en yüksek olarak adayın konuşması, görüşme esnasında sergilediği davranışa bakmaktadır sonrasında ise kişinin genel görünümünün işin gereklerine uygunluğunu önemsemektedir son olaraksa kişilik özellikleri ve düşünce yapısına bakmaktadır.

2. UYGULAMA

Büyük ölçekli turizm işletmelerinde ön büro personelinin işe alımında etkili olan kriterlerin önem derecesini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, bir çok kriterli karar verme tekniği olan analitik hiyerarşi prosesi (AHP) yöntemi benimsenmiştir. Büyük ölçekli turizm işletmelerinde ön büro personelinin işe alımında etkili olan kriterlerin önem derecesinin belirlenmesi amacıyla çalışan sayısı 250'nin üzerinde bulunan turizm işletmelerinin insan kaynakları departmanında işe alım sürecinde görevli 10 adet uzman ile görüşme yapılmıştır. Araştırma kapsamındaki turizm işletmelerinin tamamı Antalya ili içerisinde bulunmaktadır.

2.1. Araştırma Probleminin Hiyerarşik Yapısı

Araştırmada 4 adet ana kriter belirlenmiş olup, ana kriterlerin isimlerine ve hangi çalışmalar dikkate alınarak belirlendiğine ilişkin Tablo 1 aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmada Dikkate Alınan Ana Kriterler

| Ana Kriter | Referans Alınan Makale |
|---|---|
| Deneyim | Doğan ve Önder(2014), Çevirgen ve Üngören(2009), Bahadır ve Yılmaz(2011), |
| Eğitim | Maviş ve Kozak(1992), Özgörmüş, Mutlu ve Güner (2005), Özdemir, Polat ve Met(2015), Bayram(2011), |
| Mesleki Gereklilik | Olalı(1982), Woodhall(1979), Dayıoğlu(2010), Ömürbek ve Şimşek(2014), Bak, Çapar ve Yenipınar(2014), |
| Bireysel Özellikler ve Dış Görünüm | Çelikkalek(2018), Erdem(2002), Akbaba ve Günlü(2011), |

Araştırma kapsamında belirlenen ana kriterler daha sonra literatürde yer alan çalışmalar, uzmanlarla yapılan ön görüşmeler ve mevcut iş ilanları dikkate alınarak üçerli alt kriterlere ayrılmıştır. Alt kriterlere ilişkin bilgiler, Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmada Dikkate Alınan Alt Kriterler

| Ana Kriterler | Alt Kriterler |
|---|--|
| Tecrübe/İş Deneyimi | Turizm sektöründe deneyim sahibi olmak. |
| | Başka bir sektörde deneyim sahibi olmak. |
| | Deneyim sahibi olmamak. |
| Eğitim | Tercihen, liselerin turizm otelcilik meslek lisesi veya üniversitelerin turizm otelcilik bölüm mezunlarından biri olmak. |
| | Farklı bir bölümden mezun olmak. |
| | Yazılım ve donanım konusunda kurs ve sertifika destekli, program bilgi sahibi olmak. |
| Mesleki Gereklilik | Ön büro paket programlarını (opera, amanra...vs.) ve Ms Office programlarını aktif olarak kullanabilir olmak. |
| | İyi derecede yabancı dil biliyor olmak. |
| | Esnek ve yoğun çalışma saatlerine uyumlu, vardiyalı sistemde çalışabilecek olmak. |
| Bireysel Özellikler ve Dış Görünüm | Prezantabl, takım çalışmasına yatkın, özgüveni yüksek ve sorumluluk sahibi olmak. |
| | 30 yaşını aşmamış olmak. |
| | Analitik ve takip yeteneği güçlü idari işler, organizasyon...vs. gibi alanlarda sektörde hedefleri olmak. |

2.2. Ana ve Alt Kriterlere İlişkin Ağırlıklar

Personel seçiminde etkili olan kriterlerin önem derecesi belirlenirken uzmanlardan alınan görüşlerin tutarlılık derecesinin, Saaty (1980) tarafından önerilen 0,10 (%10) tutarlılık sınırını aşmadığı kontrol

edilmiştir. Bu noktada, tutarlılık derecesi %10 dan düşük olan görüşler değerlendirme kapsamına dahil edilmekte; aşanlar ise değerlendirme dışı bırakılmaktadır.

Grup sonucu, Goepel (2018:476) çalışması doğrultusunda uzman görüşlerinin ağırlıklı geometrik ortalaması şeklinde hesaplanmıştır. İkili karşılaştırmanın tutarlılık oranları kontrol edilmiş olup ana ve alt kriterler ağırlıkları hesaplanmıştır. AHP yöntemi yardımıyla, ana kriterlerin ağırlıkları Tablo 3’ de gösterilmiştir.

Tablo 3. Ana Kriter Ağırlıkları ve Sıralaması

| Tutarlılık Oranı (CR): % 0.2 | | | | |
|---|--------------|-------------|-----------------|--------------|
| Grup Konsensüs Oranı: %74.4 Orta | | | | |
| | Deneyim | Eğitim | M.Gereklilikler | B.Özellikler |
| Grup Sonucu | 40.2% | 7.2% | 31.3% | 21.2% |
| Kategori İçi Sıralama | 1 | 4 | 2 | 3 |

Araştırma problemi kapsamında belirlenen dört ana kriter kendi aralarında karşılaştırıldığında personel seçiminde deneyimin en fazla öneme sahip olduğu, sonrasında sırasıyla mesleki gereklilik ve bireysel özelliklerin takip ettiği görülmüştür, en az öneme sahip kriterin ise eğitim olduğu tespit edilmiştir. Grup konsensüs oranı %74.4 olarak hesaplanmıştır; buna göre araştırmaya katılan uzmanların ana kriterlerin önem derecesi konusunda orta derecede (yükseğe çok yakın) fikir birliğine sahip olduğu söylenebilir.

Ana kriterlere ilişkin genel değerlendirmenin ardından her bir ana kritere ilişkin alt kriterlerin önem dereceleri inceleme kapsamına dahil edilmiştir. Bu bağlamda deneyim ana kriterine ilişkin alt kriterlerin ağırlıkları Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4. Deneyim Ana Kriterinin Alt Kriterlerine İlişkin Ağırlıklar ve Sıralama

| Tutarlılık Oranı (CR): % 1.9 | | | |
|---|---------------------------|-------------------------|------------------------|
| Grup Konsensüs Oranı: %98.3 Çok Yüksek | | | |
| | Turizm Sektöründe Deneyim | Farklı Sektörde Deneyim | Deneyim Sahibi Olmayan |
| Grup Sonucu | 74.6% | 15.6% | 9.8% |
| Kategori İçi Sıralama | 1 | 2 | 3 |

Araştırma probleminin hiyerarşik yapısı içerisinde “deneyim” ana kriteri, kendi içerisinde üç alt kritere ayrılmıştır. Tablo 4’de yer alan bilgiler doğrultusunda deneyim açısından turizm sektöründe daha önce çalışmış birinin diğer adaylara göre tercih edilme şansının çok yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Eğitim Ana Kriterinin Alt Kriterlerine İlişkin Ağırlıklar ve Sıralama

| Tutarlılık Oranı (CR): % 0.1 | | | |
|---|------------------------------------|-------------------------|--------------|
| Grup Konsensüs Oranı: %96.0 Çok Yüksek | | | |
| | Turizm Otelcilik Bölümü Mezuniyeti | Farklı Bölüm Mezuniyeti | Sertifika |
| Grup Sonucu | 66.4% | 15.6% | 18.0% |
| Kategori İçi Sıralama | 1 | 3 | 2 |

Araştırma probleminin hiyerarşik yapısı içerisinde “eğitim” ana kriteri, kendi içerisinde üç alt kritere ayrılmıştır. Tablo 5’de yer alan bilgiler doğrultusunda eğitim açısından turizm ile ilişkili bir bölümde lise veya

üniversite eğitimi almış birinin diğer adaylara göre tercih edilme şansının çok yüksek olduğu söylenebilir. Turizm haricindeki bir bölümden mezun olmak ile turizm ile ilgili bir kurs veya eğitimden sertifika almış olmak arasında işverenlerin sertifikaya daha çok önem verdiği tespit edilmiştir.

Tablo 6: Mesleki Gereklilik Ana Kriterinin Alt Kriterlerine İlişkin Ağırlıklar ve Sıralama

| Tutarlılık Oranı (CR): % 0.1 | | | |
|---|-----------------|--------------|---------------|
| Grup Konsensüs Oranı: %90.9 Çok Yüksek | | | |
| | Program Bilgisi | Dil Bilgisi | Esnek Çalışma |
| Grup Sonucu | 6.8% | 49.9% | 43.2% |
| Kategori İçi Sıralama | 3 | 1 | 2 |

Araştırma probleminin hiyerarşik yapısı içerisinde “mesleki gereklilik” ana kriteri, kendi içerisinde üç alt kritere ayrılmıştır. Katılımcılar, yabancı dil biliyor olmayı işe alınmada en önemli mesleki gereklilik olarak nitelendirmektedir. Bunun yanında esnek çalışma saatlerine uyabilmek de işe alınmada oldukça önemli bir kriter olarak değerlendirilmektedir. Program bilgisinin önem derecesi, mesleki gereklilikler açısından diğer iki kritere göre oldukça geride kalmıştır.

Tablo 7. Bireysel Özellikler Ana Kriterinin Alt Kriterlerine İlişkin Ağırlıklar ve Sıralama

| Tutarlılık Oranı (CR): % 0.1 | | | |
|---|--------------|--------------|-------------|
| Grup Konsensüs Oranı: %80.8 Yüksek | | | |
| | Prezantabl | Yaş | Hedef |
| Grup Sonucu | 50.0% | 40.8% | 9.2% |
| Kategori İçi Sıralama | 1 | 2 | 3 |

Araştırma probleminin hiyerarşik yapısı içerisinde “bireysel özellikler” ana kriteri, kendi içerisinde üç alt kritere ayrılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda katılımcıların bireysel özellikler açısından dış görünüşe diğer özelliklere göre daha fazla önem verdiği görülmektedir. Yaş kriteri ise dış görünüş kadar olmasa da yine de oldukça önemli görülmektedir. Bunların aksine sektörde hedefi olmak işe alınmada nispeten önemsiz görülen bir bireysel özellik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ana ve alt kriterlere ilişkin önem derecesini belirlemeye yönelik yukarıda yapılan değerlendirmeler toplulaştırılmış bir şekilde Tablo 8’de sunulmuştur. Tablo 8, ana kriter ağırlıklarını, her bir ana kritere ait alt kriterlerin gurup içi ağırlıklarını ve alt kriterlerin tüm alt kriterler arasındaki ağırlığını göstermektedir.

Tablo 8. Ana ve Alt Kriter Ağırlıkları

| Ana Kriterler | Ana Kriterler Arası Ağırlıklar | Alt Kriterler | Alt Kriterler Arası Ağırlıklar | Genel Ağırlıklar | Genel Sıra |
|----------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|------------------|------------|
| Deneyim Tutarsızlık=0.02 | % 40.2 | Turizm Sektörü Deneyimi | % 74.6 | % 30.0 | 1 |
| | | Farklı Sektörde Deneyim | % 15.6 | % 6.3 | 6 |
| | | Deneyim Sahibi Olmayan | % 9.8 | % 3.9 | 8 |
| Eğitim Tutarsızlık=0.02 | % 7.2 | Turizm Otelcilik Bölümü Mezuniyeti | % 66.4 | % 4.8 | 7 |
| | | Farklı Bölüm Mezuniyeti | % 15.6 | % 1.1 | 12 |
| | | Sertifika | % 18.0 | % 1.3 | 11 |
| M.Gereklilik Tutarsızlık=0.02 | % 31.3 | Program Bilgisi | % 6.8 | % 2.1 | 9 |
| | | Dil Bilgisi | % 49.9 | % 15.7 | 2 |
| | | Esnek Çalışma | % 43.2 | % 13.5 | 3 |
| B.Özellikler Tutarsızlık=0.02 | % 21.2 | Prezantabl | % 50.0 | % 10.6 | 4 |
| | | Yaş | % 40.8 | % 8.6 | 5 |
| | | Hedef | % 9.2 | % 2.0 | 10 |

Turizm sektöründe ön büro elamanı seçiminde araştırma kapsamında ele alınan faktörler toplu şekilde dikkate alındığında turizm sektöründe deneyim sahibi olmanın diğer faktörlere oranla oldukça önemli olduğunu görmekteyiz. Buna ek olarak yabancı dil bilgisi ve esnek çalışma saatlerine uyabilmek işe alımda etkili olan diğer önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm ile doğrudan ilişkili olmayan bir bölümden mezun olmak ise işe alımda en az etkili faktör olarak değerlendirilmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Sonuç bölümü içerisinde öncelikle ana kriterlerin kendi içerisinde değerlendirilmesi; ardından ise tüm kriterlerin birlikte değerlendirilmesi yolu benimsenmiştir.

Bu doğrultuda öncelikle “deneyim” ana kriteri kendi içerisinde ele alındığında; turizm sektöründe deneyim sahibi olmanın işe alım sürecinde oldukça önemli olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında farklı bir sektörde deneyim sahibi olan adayların hiç deneyim sahibi olmayan adaylara oranla işe alım sürecinde daha şanslı olduğu söylenebilir. Bu bulgu doğrultusunda özellikle turizm sektöründe iş deneyimini artırmak amacıyla başlangıçta bazı fedakarlıkların yapılabileceği; bu fedakarlıkların sonraki başvurularda önemli bir artı olarak adaylara katkı sağlayacağı söylenebilir.

“Eğitim” kriteri açısından çalışmaların bulguları incelendiğinde teorik beklenti ile uyumlu sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Turizme yönelik eğitim veren bir bölümden mezun olmak, personel seçiminde adaya katkı sağlamaktadır. Farklı bir bölüm mezuniyeti ile turizme yönelik eğitim sertifikasına sahip olmak karşılaştırıldığında sertifika sahibi olmanın önem derecesinin daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Eğitim kriteri ile ilgili alt kriterler kendi arasında değerlendirildiğinde işe alımda işverenlerin turizm sektörüne yönelik alınan eğitimleri ve bu eğitimlerin süresini önemseyemediğini ifade edebiliriz.

Bu çalışmada “mesleki gereklilik” ana kriteri altında nitelendirilen yabancı dil bilgisi ve esnek çalışma saatlerine uyabilmek personel seçiminde hemen hemen aynı önem derecesine sahip görülmektedir. Özellikle turizm sektörü gibi farklı ülkelerden müşteriler ile etkileşimin yüksek olduğu iş kollarında yabancı dil bilgisinin önemli görülmesi beklentiler ile uyumlu karşılanabilir. Bu bulgu doğrultusunda turizm sektöründe ön büro elemanı olarak çalışmaya istekli adayların yabancı dil bilgilerini artırmaya yönelik adımlar atmaları önerilebilir. Esnek çalışma saatlerine uyabilme ise turizm sektöründe işe alım sürecinde önem derecesi yüksek bir diğer kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. İşveren çalışan uyumu açısından bu iş kolunda çalışanlardan esnek çalışma saatlerine uymalarının kendilerinden bekleneceğinin farkında olmaları ve bu beklentiye karşılayacak yaşam tarzına sahip adayların bu alanda iş başvuruları yapmaları önemli görülebilir.

Bireysel özellikler açısından bakıldığında adayların öncelikle bakımlı, düzenli ve özenli gözükmeleri; sonrasında ise genç yaşta olmaları işe alım sürecinde önemli görülmektedir. Ön büro elemanları, müşteriler ile otel işletmesi arasında ilk izlenim noktasında önemli rol üstlenmektedir. Araştırmanın bulguları, otel hakkındaki ilk izlenimler açısından işverenlerin çalışanların prezantabl olmasını beklediğini göstermektedir.

Ana kriterler kendi aralarında karşılaştırıldığında “deneyim” kriterinin diğer kriterlere göre daha önemli olduğu görülmektedir. Araştırmanın büyük ölçekli otel işletmelerinde gerçekleştirildiği düşünüldüğünde deneyim sahibi olmanın iş yoğunluğunu yönetme noktasında önemli görüldüğü söylenebilir. Ön büro olarak nitelendirilen alanlarda yaşanacak aksaklıkların sonrasında diğer alanlara da etki edeceği düşünüldüğünde; işe alım sürecinde diğer kriterlerin önem derecesinin deneyimin gerisinde kalması beklentiler ile uyumlu görülebilir. Personel seçiminde eğitim kriteri ise diğer kriterler ile karşılaştırıldığında oldukça önemsiz görülmektedir. Bu bulgu, eğitim ve deneyim kriterleri birlikte değerlendirilerek açıklanabilir. Deneyim sahibi olmak bir bakıma ilgili alanda pratik yaparak eğitim almak anlamına gelmektedir. Bu bakış açısıyla deneyim sahibi adayların aslında eğitim de aldığı bu nedenle eğitim kriterinin uzmanlar tarafından deneyim kriteri içerisinde değerlendirildiği söylenebilir. Diğer taraftan deneyim sahibi olmayan adaylar için ise turizm ile ilgili bir bölümden mezun olmanın daha da önem kazandığı sonucu çıkarılabilir.

Araştırma büyük ölçekli otel işletmelerinde işe alım sürecinde faal olarak görev alan uzmanlar ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ile yapılmıştır. Söz konusu otel işletmelerinin tamamı Antalya ilinde faaliyet göstermektedir. Araştırma kapsamında yapılan değerlendirmeler, bu bilgi doğrultusunda ele alınmalıdır. Daha küçük ölçekli otel işletmeleri veya farklı bir bölgede faaliyet gösteren otel işletmeleri üzerine yapılacak çalışmaların bulgularının bu çalışmadan elde edilen bulgulardan farklılaşması beklenilebilir. Gerek ölçek gerekse de faaliyet gösterdiği bölge açısından farklı otel işletmeleri üzerine yapılacak benzer çalışmaların bu çalışmanın bulgularına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A. ve Günlü, E. (2011). "Otel İşletmelerinde İş gören Bulma, Seçme ve Eğitim Sürecinin Stratejik İnsan Kaynakları Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma" Sosyal Ekonomik Araştırma Dergisi, 11, 199-228.
- Bahadır, İ. ve Yılmaz, A. (2011). "Otel İşletmelerinde Ön büro Çalışanlarının Etik Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma," Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20 (3), 21-40.
- Bak. E., Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2014). "Turist Rehberliği Meslek Kanununun Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi," Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (2), 86-114.
- Bayram, M.(2011). "Otel İşletmelerinin Genel Müdür Profillerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma," Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 22 (1), 35-48.
- Çelikkale, Y. (2018). "Personel Seçimi için Bütüneşik Gri AHP-MOORA Yaklaşımının Kullanılması Sağlık Sektöründe Yönetici Seçimi Üzerine Bir Uygulama," The Journal of Operations Research, Statistics, Econometrics and Management Information Systems, 6, 1.
- Çevirgen, A. ve Üngören, E.(2009). "Konaklama İşletmelerinde Etik İklim ve İş Tatmini İlişkisi," Mersin 10. Ulusal Turizm Kongresi.
- Dayıoğlu, M.(2010). "Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Stajyer Öğrencilerinin Yeterliliği Konusunda İşveren Görüşleri (Edremit Körfezi Örneği)", Balıkesir: Yüksek Lisans Tezi.
- Doğan, A. ve Önder, E. (2014). "İnsan Kaynakları Temin Seçiminde Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinin Kullanılması ve Bir Uygulama, Journal of Yasar University, 9 (34), 5796-5819.
- Erdem, B.(2002). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından Personel Bulma ve Seçme Süreci, Balıkesir: Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Goepel, K. D. (2018). "Comparison of judgment scales of the Analytical Hierarchy Process - A new approach". International Journal of Information Technology and Decision Making, 17.
- Maviş, F. ve Kozak, S. (1992). Meslek Yüksekokullarında Turizm ve Otelcilik Programı ve Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Ders Programı. Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop. Yorum Basım Yayın, Ankara.
- Olalı, H. (1982). Turizm Politikası ve Planlaması: Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir.
- Ömürbek, N. ve Şimşek, A.(2014). "Turizm Sektöründe Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci İle Personel Seçimi", Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi, 2, 147-169.
- Özdemir, S.S., Polat, E.ve Met, Ö.C.(2015). "Bodrum'da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerince Verilen İş İlanlarındaki İş gören Niteliklerinin Analizi," Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, 34, 121-138.
- Özgörmüş, E., Mutlu, Ö. ve Güner, H.(2005). Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Saaty, T.L. (1980). "A Scoring Method for Priorities in Hierarchical Structures," Journal of Mathematical Psychology, 15(3), 234-281.
- Woodhall, M. (1979). Education, Work and Employment in Developing Countries-A Synthesis of Recent Research Education Work and Employment. International Development Research Center Manuscript Reports. Ottawa: IDRC.

Reklamlarda İşlenen Kültürel Kodlar Karşısında Türk ve Alman Halklarının Gösterdikleri Tepkinin Ölçülmesine Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: “Axe: Erkekler De Ağlar” Reklamı Örnekleme

A Practical Study to Measure the Response of Turkish and German Peoples to Cultural Codes in Advertisements: “Axe: Men Also Cry” Advertisement Sample

Sedat ŞİMŞEK*
Tuana AYAYDINLI**
Osman ADAY***
Deniz KURTYILMAZ****

ÖZ

Talep yaratma sanatı olarak tanımlanan reklam, çağımızın en önemli ticari enstrümanlarından biridir. Özellikle uluslararası firmalar ürün satışlarını arttırabilmek için çeşitli pazarlama stratejileri geliştirmekte ve reklamlarında kültürel öğelere gönderme yapmaktadırlar. Bazen kültürel kodları olduğu gibi kullanan reklamlar, bazen de bu kodları sorgulatan temalar barındırmaktadırlar. Bu çalışma, toplumsal cinsiyet kalıplarını sorgulayan “Axe: Erkekler De Ağlar” reklam çalışmasını incelemektedir. Can Bonomo tarafından seslendirilen bir şarkı eşliğinde ağlayan erkekleri gördüğümüz reklamın farklı kültürler tarafından nasıl algılandığı çalışmamızın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmamızda, Türkiye’de ve Almanya’da üniversite eğitimi gören katılımcılardan oluşan gruplara üç soruluk bir anket çalışması uygulanmış ve toplumsal cinsiyetle ilgi farkındalıkları ölçülmüştür. Ardından her iki gruba da Axe reklamı izletilip on soruluk bir anket çalışması daha uygulanmıştır. Böylece reklamda farklı kültür mensuplarının reklamlarda kullanılan kültürel kodlara nasıl tepki verdiği ortaya konduğu gibi reklamın bu konuda ne derece etkili olduğu ortaya çıkarılmıştır. Çalışmamız, Türk ve Alman katılımcılar arasında toplumsal cinsiyet konusunda büyük bir anlayış farkının olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Anahtar Kelimeler: Reklam, Kültür, Toplumsal Cinsiyet, Kültürel Kodlar

ABSTRACT

Defined as the art of creating demand, advertising is one of the most important commercial instruments of our time. In particular, international companies develop various marketing strategies in order to increase product sales and refer to cultural elements in their advertisements. Sometimes ads that use cultural codes as they are, also contain themes that question these codes. This study examines the “Axe: Men Also Cry” advertisement that questions gender patterns. The subject of our study is how the advertisement that we see the men crying with a song performed by Can Bonomo is perceived by different cultures. In our study, the group of participants receiving university education in Turkey and in Germany, applied to a three-question survey and gender-awareness and interest are measured. Then, both groups were watched as Axe advertisement and a ten-question questionnaire was applied. In this way, how the members of different cultures react to the cultural codes used in advertising, and how effective the advertising is, has been revealed. Our study concluded that there was no significant difference in understanding between the Turkish and German participants on gender issues.

KEYWORDS

Keywords: Advertisement, Culture, Gender, Cultural Codes

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 06.09.2019 | 31.10.2019 |
| Atıf | Şimşek, S., Ayaydınlı, T., Aday, O. ve Kurtyılmaz, D. (2019). Reklamlarda İşlenen Kültürel Kodlar Karşısında Türk ve Alman Halklarının Gösterdikleri Tepkinin Ölçülmesine Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: “Axe: Erkekler De Ağlar” Reklamı Örnekleme. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 784-799. |

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, ssmsek@selcuk.edu.tr

** Lisans Öğrencisi, Universität der Künste Berlin Gesellschafts und Wirtschaftskommunikation, tu.ayaydinli5@gmail.com

*** Öğretim Görevlisi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, osmanaday@gmail.com

**** Araştırma Görevlisi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, kurtyilmaz@selcuk.edu.tr

GİRİŞ

"Acaba kendi irademizle, gerçekten istediğimiz için okuduğumuz, izlediğimiz, dinlediğimiz, giydiğimiz hatta yediğimiz kaç şey kalmıştır?" (Ertike, 2010: 8). Bu sorunun cevabı muhtemelen birçok kişi için çok az şeydir. Çünkü günümüz dünyasında binlerce hatta milyonlarca ürün ve hizmet arasında tercih yaparken insanoğlu birçok faktörün yanı sıra, en başta reklamların etkisinde kalmaktadır. Dünyanın neresinde olursa olsun, reklam hemen herkesin ilgisini çeken ve hedef tüketicinin kulağına, gözüne (Fırlar, 2003: 15), ruhuna seslenerek tercihlerine ve yaşamına etki edebilecek bir iletişim tekniğidir.

Reklamın diğer iletişim tekniklerinden ayrılmasına neden olan en önemli fark, onun açık seçik olması ve reklam olduğunun herkes tarafından biliniyor olmasıdır. Televizyonda ayraçla, gazete de çerçeveyeyle diğer iletişim süreçlerinden ayrılan (Altunbaş, 2015a: 74) reklam, talep yaratma sanatı olarak tarihe geçmiş bir tanım çerçevesinde eylem gösteren bir faaliyet alanıdır. Ticareti canlandıran, üreticiye yeni satış alanları açan, tüketiciye binlerce ürün arasından kendisine en uygun ürünü bulması anlamında yol gösteren reklam, bütün zamanların en önemli ticari argümanıdır.

Günümüzde vahşi kapitalizmin söz sahibi olduğu ticari faaliyet alanlarında küçük, orta ve büyük ölçekli bütün işletmelerin varlıklarını sürdürebilmek ve rakipleriyle rekabet edebilmek için başvurdukları en önemli silah olan reklam ve reklamcılık sektörü büyük önem taşımaktadır. Dünyanın bir numaralı markaları veya lokal işletmeleri kazançlarının büyük bir bölümünü reklama ayırarak faaliyetlerini sürdürmekte ve bu yolla kâr etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu nedenle reklam ve reklamcılık sektörü hızla gelişmekte ve devamlı yükselen bir sektör olarak adından söz ettirmektedir.

Gelişen teknoloji ve sosyal medya ağları sayesinde yeni bir alana evrilen reklamcılık, yalnızca bugünün değil, aynı zamanda geleceğin mesleği olmayı da garantilediği gibi bir numaralı tanıtım ve satış aracı haline gelmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak tüm kültür sektörleri gibi edebiyat, sanat, spor, vb. birçok alanda reklam içerikleri gün geçtikçe değişmekte ve artmaktadır (Çamdereli, 2006: 15). Özellikle günümüzde kültürel kodların kullanımı, tüketicinin ilgisini üst seviyede etkilediği için reklam veren ve reklam yapanlar için ürün-hizmet satışını arttırmak, bilinirlik katsayısını yükseltmek için başvurulan en önemli yöntemlerden biri olmaktadır.

"Günümüzden binlerce yıl sonra yaşam olup olmayacağı bilinmez ama eğer dünya üzerinde yaşam sürecekse o zamanın insanı da kendisinden öncekileri merak etmekten geri durmayacak ve tıpkı bugünün insanının mağara duvarı resimlerini incelemesi gibi geçmişe dair her şeyi araştırmaya çalışacaktır. İşte o noktada kendisinden önceki insanları, yaşamı, kültürü, ekonomik, toplumsal, siyasal birçok yapıyı tanımasını kolaylaştıran, eline geçirdiği reklam örnekleri olacaktır. Zira Marshall McLuhan'ın da dediği gibi yirminci yüzyılın mağara sanatı reklamdır" (Richards ve Curran'dan akt. Elden ve Bakır, 2010: 9). Geleceğin yıldızı reklam ve bu yıldızları parlatacak olanlar da reklamcılar olacaktır.

1.KÜLTÜREL KODLAR VE REKLAM İLİŞKİSİ

Bir toplumun geçmişine ait bütün değerleri ve geleceğine yönelik yaşama amacı doğrultusunda sahip olduğu özelliklerin tamamı olarak nitelendirilebilecek kültür, toplumları bir arada tutan bir harçtır. Kültür, yaşayan ve yaşatan, var olan ve var olmayı teşvik eden, toplumları birbirinden ayıran ve birbirleri ile tarihi bir köprü kurmasını sağlayan değerler bütünüdür.

Kültürel kodların kullanıldığı birçok reklam günümüz kitle iletişim araçları ve sosyal medya ağlarında boy göstermektedir. Kültürel kodlar söz konusu olduğunda, dünya üzerindeki birçok şirket ve işletme ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapmak ve satışını arttırmak için reklamlarında iki ana strateji izlemektedirler. İlk strateji kültürel farkları bir kenara bırakıp standartlaştırılmış bir reklam mesajı verme yoluna gitmekken, ikinci strateji, pazarlaması yapılan ürün uluslararası olsa bile ürünün pazarlanmak istendiği toplumun kültürel kodlarını reklamlarda kullanmaktır. İlk strateji maliyet açısından cazip olsa da yeterli olmayabilir. Bu yüzden reklam verenler ve reklamlar kültürel değerleri hesaba katan bir pazarlama stratejisi izlemenin önemini farkındadırlar (Gregory ve Munch, 1997: 99).

Reklamı yapılan markanın ürün ve hizmetlerinin rakiplerden ayırabilmek ve tüketicinin zihninde farklı bir yere koyabilmek için kültürel öğelere odaklanılır. Örneğin Amerika'nın kovboyuna (Altunbaş, 2015b: 103), Türkiye'nin İstanbul'una odaklanmak gibi. Özellikle global reklam stratejisi çerçevesinde kültürel kodları reklamlarında kullanan şirket ve işletmeler bu sayede amaçlarını (tanıtım ve kâr etme) gerçekleştirmektedirler. Çok uluslu firmaların ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapmak ve satışını arttırmak için buldukları ülkelerin kültürel kodlarını reklamlarda kullanmaları stratejilerine gönderme yapan global reklam stratejisi bu anlamda büyük önem taşımaktadır.

1.1. Türk Kültür İmgeleri ve Toplumsal Cinsiyet

Sağlam ve büyük bir aile, vatan sevgisi, askerlik, baklava, Türk kahvesi, Türk misafirperverliği, cami, Ramazan ayı ve oruç ibadeti, vakur aile babası ya da cefakâr anne gibi (Şimşek, 2006: 110-121) bazı kalıpları barındıran ve geçmişi yüzyıllara dayanan Türk kültür imgeleri, Türk halkı ve yaşamı için büyük önem taşımaktadır. Türk toplumuna dair kolektif bir bilinç oluşturan ve aynı yolla sosyal yapıyı bir arada tutan bu kültür imgelerinin, satış ve tanıtım alanındaki etkisini fark eden yabancı ve yerli birçok şirket ürün ve hizmet tanıtımında bu imgeleri yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar.

Örneğin, Osmanlı tarihine bakıldığında, bir kültür imgesi olarak değerlendirilebilecek padişahlık mührü o zamanın reklamların üstünde kullanılmıştır. Bunun nedeni devletin en üst makamı olan padişahın, reklamda adı geçen ürüne onay verdiğinin gösterilmek istenmesidir. Bununla birlikte Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra ise bu uygulamanın yerini Türk geleneksel imgelerinin başında gelen Türk Bayrağının ay ve yıldızı almıştır (Avşar ve Elden, 2005: 27).

Çok ortaklı uluslararası bir firma olan Unilever şirketinin bir ürünü olan Axe firması Johannes Jurgens, James Darcy Lever, Samuel Van Den Bergh, Williem Lever tarafından kurulmuştur. Unilever firması Axe, Lux, ve Rexona gibi temizlik ya da kişisel bakım ürünlerinden oluşan 400 den fazla markanın sahibidir (kimkurdu.com, 2019). Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türk tüketicilerinin de kullanımına sunulan Axe parfümü markası için Unilever Şirketi, Türk tüketicilerinin dikkatini çekebilmek için “vakur Türk erkeği”nin ağlamaması üzerine kurulan kültürel algısına gönderme yapmıştır. Unilever, “Erkekler de Ağlar” şarkısı üzerine bir reklam stratejisi geliştirmiş ve Türk tüketicilerini etkilemek için bir ironiye imza atmıştır.

Zira kültürel ve toplumsal normlar algımız ve kabullerimiz üzerinde o kadar etkilidir ki cinsiyet bile bu normlardan kurtulamamaktadır. Burada karşımıza “toplumsal cinsiyet” kavramı çıkmaktadır. Cinsiyet, bireyin biyolojik ve fizyolojik olarak sahip olduğu cinsel nitelikleri ifade eden bir kavramdır ve genel olarak insan türünün erkek ve dişi olmak üzere iki ayrı cinsiyetten meydana geldiği kabul edilmektedir (Dumanlı, 2011: 133). Fakat neyin eril, neyin ise dişi kabul edildiği biyolojik/fizyolojik yönelimlerden ziyade büyük ölçüde toplumsal olarak belirlenmektedir. Dolayısıyla “toplumsal cinsiyet kültürel bir kategoridir” ve toplumun erkek ya da kadından beklediği belli kalıp rollerin ne olduğu yansıtır (Kalan, 2010: 76).

Her ne kadar son yıllarda bu algıda büyük ölçüde değişim yaşansa da, erkeğin duygusal olarak daha güçlü olduğu ya da duygularını göstermesinin bir zayıflık olarak görüldüğü genel bir kabuldür. Erkek, bir baba olarak güçlü ve sert olmak zorundadır. Türk kültüründe de aynı durum geçerlidir. Kültürümüzde erkek; vakur bir baba olarak, güvenilir, güçlü ve duygularını kolay belli etmeyen bir figür halinde kalıplaştırılmaktadır. Buna karşın kadının da belli kalıplar içinde değerlendirildiği gerçektir. Hatta toplumsal cinsiyetle ilgili kalıpyargıların kadın söz konusu olduğunda daha da baskın olduğu rahatlıkla söylenebilir. Reklamların da bu kalıpları sıklıkla kullandığı görülmektedir. Reklamlara baktığımızda, erkekler genel olarak evin babası rolüyle yer alırken, kadınlar da evin annesi olarak çocukların bakımından ve mutfak işlerinden sorumlu kişiler olarak yansıtıldığı görülmektedir (Özdemir, 2011: 103).

Son yıllarda cinsiyetlere dair kalıpların yıkılmaya başladığı görülmüşse de reklamların sosyal gelişmelerin gerisinde kalacak şekilde toplumsal cinsiyet kalıplarını sürdürecektir anlatılar kullandığı görülmektedir (Knoll vd., 2015: 867). Bununla birlikte, tıpkı çalışmamızda ele alacağımız gibi, zaman zaman bu kalıpları sorgulamaya dönük reklam çalışmalarının da yapıldığı görülmektedir. Çünkü yaşadığımız yüzyılda erkek ya da kadın olmanın ne anlama geldiği çok daha fazla sorgulanır olmaya başlamıştır. Çalışmamız perspektifinden bakıldığında erkeklerin ciddi bir cinsiyet bunalımı yaşadığı, onlardan olması beklenen ve kendi olmak istedikleri insan arasında bir denge kurmaya çalıştıkları açıktır (Gentry ve Harrison, 2010: 75).

Dolayısıyla günümüzde bazı reklamların toplumsal cinsiyete dair sorgulamalar üzerinden bir anlatı geliştirdiği de görülmektedir. Çalışmamızda ele aldığımız reklam da bunlardan biridir. Kişisel bakım ürünleri kullanımının Türk erkeğinin güçlü, sert ve bazen haşın/kaba imajıyla pek örtüşmediği ortadayken, Axe firması öncelikle bu imajı yeniden değerlendirmeye dönük bir reklam stratejisi geliştirmeye çalışmaktadır¹.

¹ Can Bonomo tarafından seslendirilen reklam şarkısı, özellikle nakarat kısmındaki ezgisiyle, Nilüfer’in 1975 tarihli meşhur şarkısı “Erkekler Ağlamaz” adlı parçasına da bir gönderme yapmaktadır. Nilüfer’in toplumsal cinsiyet kalıbını tekrar eden şarkısının aksine Bonomo’nun yazdığı sözler şu şekildedir: “Her şey kanun, her şey kural, her şey garip/Bıkmadın mı dik durmaktan, gözyaşlarını silip silip?/Sırtında bir yük var, gözün dalıyor/İçindeki çocuk senin yerine ağlıyor... Erkekler de ağlar, sev gözyaşını/Küçükken ağlardın, unuttun mu masum, uslu?/Erkekler de ağlar, katlanamaz hüzne/İndir maskeni bak yaşların, yakışıyor yüzüne... Herkes farklı, herkes renkli, herkes soluk/Güçlü güçsüz herkes ağlar, için için, oluk oluk/Dalmışsın uzaklara, gözlerin donuk/Bekliyor ağlamayı içindeki çocuk... Gözyaşların seni sen yapıyor/Erkekler de ağlar kardeşim silme yaşını.”

2. TÜRK VE ALMAN HALKLARININ "AXE: ERKEKLER DE AĞLAR" REKLAMI ÜZERİNE TEPKİLERİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK YAPILAN UYGULAMA ÇALIŞMASI

2.1. Çalışmanın Konusu

Bu çalışmanın konusu, toplumsal cinsiyet ve kültürel kodları kendine malzeme edinen "Axe: Erkekler De Ağlar" reklamıdır. Reklamın hem Türk hem de Alman halkı üzerindeki etkisini ölçmek için bir uygulama çalışması yapılmış ve uygulamanın sonuçları alana katkı sağlayabilmek adına aşağıda değerlendirilmiştir.

2.2. Çalışmanın Amacı

Reklamın Türk ve Alman toplumları üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik bu çalışma, kültürel kodların reklamlardan önce ve sonra farklı uluslardan insanlar üzerinde nasıl bıraktığı etkiyi ölçmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, kültürel kodların kullanıldığı reklamların ürün tanıtım ve satışını artırmadaki rolünü ortaya çıkarmak bu çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

2.3. Çalışmanın Önemi

Reklamlarda kullanılan kültürel kodların reklama kattığı etkiyi ortaya koymak ve ürün ve hizmet üreten firmaların reklamlarda yeni stratejiler geliştirmelerine öncülük etmek çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

2.4. Çalışmanın Evren ve Örnekleme

Çalışmanın evrenini Türk ve Alman televizyon izleyicileri, örneklemini ise Türk ve Alman izleyicilerden oluşan belirli sayıdaki örneklem grupları oluşturmaktadır. Örneklem grupları Türkiye ve Almanya'da öğrenimini sürdüren lisans öğrencilerinden meydana gelmektedir.

2.5. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada kültürel kodların kullanıldığı reklamların insanlar üzerindeki etkisi ölçmek adına alan çalışması yapılmış ve elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilerek değerlendirilmiştir. Saha araştırması iki aşmaktan oluşmaktadır. İlk adımda, Türk ve Alman katılımcılara reklam izletilmeden önce üç soruluk bir anket uygulanmıştır. İkinci adımda ise her iki gruba da reklamın izletilmesinin ardından on soruluk bir anket daha uygulanmıştır. Bu yolla reklamın katılımcıların düşüncelerine ne ölçüde etki edebildiği araştırıldığı gibi, her iki kültür mensuplarının aynı meselelere karşı nasıl bir tutum sergiledikleri ortaya konmuştur.

Çalışmaya katılan grupların demografik özellikleri aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Türkiye'deki katılımcı grubunun yaş ortalaması

| | N | Minimum | Maximum | Ortalama | Std. Sapma |
|---------|----|---------|---------|----------|------------|
| Yaş | 85 | 17,00 | 27,00 | 21,0706 | 1,92594 |
| Geçerli | 85 | | | | |

85 üniversite öğrencisinden oluşan Türk katılımcıların en genci 17, en yaşlısı 27 yaşındayken katılımcı grubun yaş ortalaması 21,07 olarak belirlenmiştir. Yaşa göre dağılım şu şekildedir:

Tablo 2. Türkiye’deki katılımcı grubunun yaş dağılımı

| | Sıklık | Oran | Geçerli Oran | Toplam Oran |
|-----------|--------|-------|--------------|-------------|
| Yaş 17,00 | 1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| 18,00 | 11 | 12,9 | 12,9 | 14,1 |
| 19,00 | 4 | 4,7 | 4,7 | 18,8 |
| 20,00 | 11 | 12,9 | 12,9 | 31,8 |
| 21,00 | 22 | 25,9 | 25,9 | 57,6 |
| 22,00 | 23 | 27,1 | 27,1 | 84,7 |
| 23,00 | 8 | 9,4 | 9,4 | 94,1 |
| 24,00 | 2 | 2,4 | 2,4 | 96,5 |
| 26,00 | 1 | 1,2 | 1,2 | 97,6 |
| 27,00 | 2 | 2,4 | 2,4 | 100,0 |
| Toplam | 85 | 100,0 | 100,0 | |

Türkiye’deki katılımcı grubunun cinsiyet dağılımı da aşağıdaki tabloda görülmektedir:

Tablo 3. Türkiye’deki katılımcı grubu cinsiyet dağılımı

| | Sıklık | Oran | Geçerli Oran | Toplam Oran |
|-------|--------|-------|--------------|-------------|
| Erkek | 27 | 31,8 | 31,8 | 31,8 |
| Kadın | 58 | 68,2 | 68,2 | 100,0 |
| Total | 85 | 100,0 | 100,0 | |

Buna göre katılımcı grubundaki 27 erkek grubun %31,8’ini meydana getirirken 58 kadın katılımcı %68,2’lik oranı meydana getirmektedir.

Tablo 4. Almanya’daki katılımcı grubunun yaş ortalaması

| | N | Minimum | Maximum | Ortalama | Std. Sapma |
|---------|----|---------|---------|----------|------------|
| Yaş | 75 | 18,00 | 35,00 | 24,04 | 1,85337 |
| Geçerli | 75 | | | | |

75 üniversite öğrencisinden oluşan Alman katılımcıların en genci 18, en yaşlısı 35 yaşındayken katılımcı grubun yaş ortalaması 24,04 olarak belirlenmiştir. Yaşa göre dağılım şu şekildedir:

Tablo 5. Almanya'daki katılımcı grubunun yaş dağılımı

| Yaş | Sıklık | Oran | Geçerli Oran | Toplam Oran |
|-------|--------|-------|--------------|-------------|
| 18,00 | 5 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| 19,00 | 11 | 14,7 | 14,7 | 21,3 |
| 20,00 | 27 | 36,0 | 36,0 | 57,3 |
| 21,00 | 12 | 16,0 | 16,0 | 73,3 |
| 22,00 | 5 | 6,7 | 6,7 | 80,0 |
| 23,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 81,3 |
| 24,00 | 3 | 4,0 | 4,0 | 85,3 |
| 25,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 90,7 |
| 26,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 92,0 |
| 28,00 | 4 | 5,3 | 5,3 | 97,3 |
| 29,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 98,7 |
| 35,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Almanya'daki katılımcı grubunun cinsiyet dağılımı aşağıdaki tabloda görülmektedir:

Tablo 6. Almanya'daki katılımcı grubu cinsiyet dağılımı

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Erkek | 21 | 28,0 | 28,0 | 28,0 |
| Kadın | 54 | 72,0 | 72,0 | 100,0 |
| Total | 75 | 100,0 | 100,0 | |

Tabloya göre katılımcı grubundaki 21 erkek grubun %28'ini meydana getirirken 54 kadın katılımcı %72'lik bir oranı oluşturmaktadırlar.

Çalışmada, Axe reklamının izlenmesinden önce 3 soruluk bir anket çalışması ayrı ayrı olacak şekilde Türk ve Alman katılımcılarla uygulanmış ve şu yanıtlar alınmıştır:

Tablo 7. Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda, stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanılıyor mu?

| | | Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda, stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanılıyor mu? | | |
|---------|----------------------|---|---|--------|
| | | Hayır, bence kullanılmıyor. | Evet, reklamlarda kadınlara ve erkeklere aynı stereotipik roller veriliyor. | Toplam |
| Türkiye | Verilen cevap sayısı | 19 | 66 | 85 |
| | Oran | 22,4% | 77,6% | 100,0% |
| | Toplam içindeki oran | 73,1% | 49,3% | 53,1% |
| Almanya | Verilen cevap sayısı | 7 | 68 | 75 |
| | Oran | 9,3% | 90,7% | 100,0% |
| | Toplam içindeki oran | 26,9% | 50,7% | 46,9% |
| Toplam | Verilen cevap sayısı | 26 | 134 | 160 |
| | Oran | 16,3% | 83,8% | 100,0% |
| | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklam öncesi değerlendirme anketinin “Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda, stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanılıyor mu?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında görülmektedir ki Türkiye’deki katılımcıların %77,6’sı reklamlarda cinsiyetlere stereotipik roller verildiğini düşünmektedir. Bu oran Almanya’daki katılımcılarda çok daha yüksek biçimde %90,7 olmuştur.

Tablo 8. Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu?

| | | Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu? | | | |
|---------|----------------------|---|---------------------|---------------|-------|
| | | Hayır, hiç. | Evet, düşündürüyor. | Fark etmedim. | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 3 | 73 | 9 |
| | | Oran | 3,5% | 85,9% | 10,6% |
| | | Toplam içindeki oran | 25,0% | 56,6% | 47,4% |
| Almanya | Verilen cevap sayısı | 9 | 56 | 10 | |
| | Oran | 12,0% | 74,7% | 13,3% | |
| | Toplam içindeki oran | 75,0% | 43,4% | 52,6% | |
| Toplam | Verilen cevap sayısı | 12 | 129 | 19 | |
| | Oran | 7,5% | 80,6% | 11,9% | |
| | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | |

Reklam öncesi değerlendirme anketinin “Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu?” sorusuna Türkiye’deki katılımcılar %85,9 gibi büyük bir oranda “Evet, düşündürüyor” cevabını vermiştir. Türkiye’deki katılımcıların %10,6’sı “Fark etmedim” demişken, yalnızca

%3,5'i toplumsal meseleleri reklamlarda görmeyen onları toplumsal sorunlar hakkında düşünmeye itmediğini söylemişlerdir. Almanya'daki katılımcıların ise %12'si toplumsal meseleleri reklamlarda görmeyen bu sorunlar hakkında düşünmeye sebep olmadığını belirtmişlerdir. "Evet, düşündürüyor" cevabını veren Alman katılımcıların oranı %74,7 iken, reklamlardaki toplumsal sorunları fark etmeyenlerin oranı %13,3 olmuştur.

Tablo 9. Size reklamlarda gösterilen erkeğin ya da kadının rolü (mesela yemek yapan bir kadın ya da çalışkan ve durumu iyi olan bir erkek) kendi yaşam tarzınızı etkiliyor mu?

| | | | Size reklamlarda gösterilen erkeğin ya da kadının rolü (mesela yemek yapan bir kadın ya da çalışkan ve durumu iyi olan bir erkek) kendi yaşam tarzınızı etkiliyor mu? | | |
|---------|----------------------|----------------------|---|--|--|
| | | | Evet, bence roller öyle olmalı ve ben de bu roller içinde yaşamayı tercih ediyorum. | Evet, etkiliyor ve ben öyle stereotipik rollerde yaşamayı istemiyorum. | Hayır, beni reklamlarda gösterilen kadın ve erkek rolleri etkilemiyor. |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 7 | 28 | 50 |
| | | Oran | 8,2% | 32,9% | 58,8% |
| | | Toplam içindeki oran | 50,0% | 46,7% | 58,1% |
| Almanya | Verilen cevap sayısı | 7 | 32 | 36 | |
| | Oran | 9,3% | 42,7% | 48,0% | |
| | Toplam içindeki oran | 50,0% | 53,3% | 41,9% | |
| Toplam | Verilen cevap sayısı | 14 | 60 | 86 | |
| | Oran | 8,8% | 37,5% | 53,8% | |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklam öncesi değerlendirme anketinin "Size reklamlarda gösterilen erkeğin ya da kadının rolü (mesela yemek yapan bir kadın ya da çalışkan ve durumu iyi olan bir erkek) kendi yaşam tarzınızı etkiliyor mu?" sorusuna Türkiye'deki katılımcıların %8,2'si stereotipik rollerden etkilendiklerini ve bu tipik roller içinde yaşamak istediklerini belirtmiştir. %32,9'u rollerden etkilenmekle birlikte bu kalıplaşmış cinsiyet rolleri içinde yaşamak istemediklerini söylemiştir. Türkiye'deki katılımcıların %58,8'i ise reklamlarda gösterilen erkek ve kadın rollerinden etkilenmediğini söylemiştir. Almanya'daki katılımcıların da benzer oranlarda cevap verdiklerini görmek mümkündür. Reklamlardan etkilenen ve bu roller içinde yaşamak isteyen Alman katılımcıların oranı %9,3'tür. Reklamlardan etkilendiği halde kalıplaşmış cinsiyet rolleri içinde yaşamak istemeyen Alman katılımcıların oranı Türkiye'dekilerden %10 daha fazla olacak şekilde, %42,7'dir. "Reklamlarda gördüğüm kadın ve erkek rollerinden etkilenmiyorum" cevabını veren Alman katılımcıların oranı ise %48'dir.

Reklamın izlenmesinin ardından yapılan 10 soruluk diğer anket çalışmasında sorulan sorular ve alınan yanıtlar ise aşağıdaki gibidir:

Tablo 10. Bu reklam hakkında ne düşünüyorsunuz?

| | | | Bu reklam hakkında ne düşünüyorsunuz? | | | Toplam |
|--------|---------|----------------------|---------------------------------------|--------|---------|--------|
| | | | Olumlu | Nötr | Olumsuz | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 50 | 21 | 14 | 85 |
| | | Oran | 58,8% | 24,7% | 16,5% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 55,6% | 58,3% | 41,2% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 40 | 15 | 20 | 75 |
| | | Oran | 53,3% | 20,0% | 26,7% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 44,4% | 41,7% | 58,8% | 46,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 90 | 36 | 34 | 160 |
| | | Oran | 56,3% | 22,5% | 21,3% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklamın izlenmesinin ardından katılımcılara yöneltilen “Bu reklam hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusunun ardından, Türkiye’deki katılımcıların %58,8’i reklam hakkında olumlu görüş beyan etmiştir. Türkiye’deki katılımcıların %24,7’si reklama karşı nötr olmuşlarken, %16,5’i reklam hakkında olumsuz bir kanaate sahiptir. Almanya’daki katılımcıların %53,3’ü reklam hakkında olumlu bir yaklaşım sergilemişken %20’si nötr olduklarını ifade etmiştir. Almanya’daki katılımcıların %26,7’sinin reklama yönelik olumsuz bir tutum sergilemesi ve söz konusu oranın Türkiye’den yüksek çıkması dikkat çekicidir.

Tablo 11. Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu?

| | | | Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu? | | |
|-------|---------|----------------------|---|---------------------|---------------|
| | | | Hayır, hiç. | Evet, düşündürüyor. | Fark etmedim. |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 5 | 77 | 3 |
| | | Oran | 5,9% | 90,6% | 3,5% |
| | | Toplam içindeki oran | 35,7% | 56,2% | 33,3% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 9 | 60 | 6 |
| | | Oran | 12,0% | 80,0% | 8,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 64,3% | 43,8% | 66,7% |
| Total | | Verilen cevap sayısı | 14 | 137 | 9 |
| | | Oran | 8,8% | 85,6% | 5,6% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklamın izlenmesinin ardından yöneltilen “Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu?” sorusuna, Türkiye’deki katılımcılar %90,5’i gibi yüksek oranda “Evet, düşündürüyor” cevabını vermiştir. Reklamın izlenmesinden önce bu oranın %85,9 olduğu göz önüne alınırsa, Axe reklamının toplumsal meseleler üzerine düşünmek konusunda pozitif bir etki oluşturduğu söylenebilir. Almanya’daki katılımcıların da %80’i reklamın izlenmesinin ardından toplumsal meseleleri reklamlarda görmeyen onları sosyal problemler üzerinde düşünmeye ittiğini beyan etmişlerdir. Aynı şekilde, izleme öncesi oran Alman katılımcılarda da biraz daha düşük olup %74,7’dir. Eş deyişle, reklamın sosyal problemler üzerinde düşünme konusunda pozitif etkisi Alman toplumunda da gözlenmiştir. Dikkat çekici bir diğer husus, izleme öncesi ve sonrasında, soruya “Hayır, hiç” cevabını verenlerin oranında büyük bir değişiklik olmamasına karşın “Fark etmedim” cevabını verenlerin oranında görülen değişimdir. Türkiye’deki katılımcılarda

reklamlardaki toplumsal sorunların varlığını fark etmediğini belirtenlerin oranı, reklamın izlenmesinin ardından %10,6'dan %3,5'e düşmüştür. Aynı şekilde Almanya'daki katılımcılarda da oran % 13,3'ten %8'e gerilemiştir. Bu bilgi ışığında, Axe reklamının toplumsal bir mesele olan cinsiyet hakkında farkındalık oluşturduğu söylenebilir.

Tablo 12. Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanıyor mu?

| | | | Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanıyor mu? | | Toplam |
|--------|---------|----------------------|--|---|--------|
| | | | Hayır, bence kullanılmıyor. | Evet, reklamlarda erkeklere ve kadınlara aynı stereotipik roller veriliyor. | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 15 | 70 | 85 |
| | | Oran | 17,6% | 82,4% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 62,5% | 51,5% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 9 | 66 | 75 |
| | | Oran | 12,0% | 88,0% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 37,5% | 48,5% | 46,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 24 | 136 | 160 |
| | | Oran | 15,0% | 85,0% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklamın izlenmesinin ardından yöneltilen "Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanıyor mu?" sorusuna Türkiye'deki katılımcıların %82,4'ü reklamlarda cinsiyetçi kalıplar kullanıldığı cevabını vermiştir. Reklamın izlenmesinden önce ise bu oran %77,6 olmuştur. Bu anlamda, söz konusu reklamın konu hakkındaki düşüncüyü değiştirdiği söylenebilir. Almanya'daki katılımcıların %88 gibi büyük bir oranı reklamlarda cinsiyetlere stereotipik roller verildiğini söylemiştir. Reklam izleme öncesi bu oran Alman katılımcılarda %90,7'dir.

Tablo 13. Size reklamlarda gösterilen erkeğin ya da kadının rolü (mesela yemek yapan bir ev kadını ya da çalışan ve durumu iyi olan bir erkek) kendi yaşam tarzınızı etkiliyor mu?

| | | | Size reklamlarda gösterilen erkeğin ya da kadının rolü (mesela yemek yapan bir ev kadını ya da çalışan ve durumu iyi olan bir erkek) kendi yaşam tarzınızı etkiliyor mu? | | |
|--------|---------|----------------------|--|--|--|
| | | | Evet, bence roller öyle olmalı ve ben de bu rollerin içinde yaşamayı tercih ediyorum. | Evet, etkiliyor ve ben öyle stereotipik rollerde yaşamayı istemiyorum. | Hayır, beni reklamlarda gösterilen kadın ve erkek rolleri etkilemiyor. |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 4 | 27 | 54 |
| | | Oran | 4,7% | 31,8% | 63,5% |
| | | Toplam içindeki oran | 36,4% | 43,5% | 62,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 7 | 35 | 33 |
| | | Oran | 9,3% | 46,7% | 44,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 63,6% | 56,5% | 37,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 11 | 62 | 87 |
| | | Oran | 6,9% | 38,8% | 54,4% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklam sonrası değerlendirme anketinin “Size reklamlarda gösterilen erkeğin ya da kadının rolü (mesela yemek yapan bir kadın ya da çalışan ve durumu iyi olan bir erkek) kendi yaşam tarzınızı etkiliyor mu?” sorusuna Türkiye’deki katılımcıların %4,7’si stereotipik rollerden etkilendiklerini ve bu tipik roller içinde yaşamak istediklerini belirtmiştir. Oysa bu oran reklam öncesi uygulanan ankette daha yüksek şekilde %8,2’dir. %31,8’i rollerden etkilenmekle birlikte bu kalıplaşmış cinsiyet rolleri içinde yaşamak istemediklerini söylemiştir. Türkiye’deki katılımcıların %63,5’i ise reklamlarda gösterilen erkek ve kadın rollerinden etkilenmediğini söylemiştir. Bu oranda da dikkate değer bir değişim yaşanmıştır zira reklam izlenmeden önce bu cevabın oranı %58,8’dir. Reklamın izlenmesinin ardından Türkiye’deki katılımcıların bir tutum değişikliğine gittiği ifade edilebilir. Almanya’daki katılımcılarda reklamlardan etkilenen ve bu roller içinde yaşamak isteyenlerin oranı izleme öncesinde ve sonrasında aynı kalarak %9,3 olmuştur. Reklamlardan etkilendiği halde kalıplaşmış cinsiyet rolleri içinde yaşamak istemeyen Alman katılımcıların oranı reklam izlendikten sonra da Türkiye’dekinden çok daha yüksek biçimde %46,7’dir. Reklamın izlenmesinin ardından iki ülke arasındaki fark daha açılarak yaklaşık %15’e ulaşmıştır. “Reklamlarda gördüğüm kadın ve erkek rollerinden etkilenmiyorum” cevabını veren Alman katılımcıların oranı, reklamın izlenmesinin ardından %4 düşerek %44 olmuştur.

Tablo 14. Bu reklam Türk (Alman) toplumundaki vakur baba imajına zarar verir mi?

| | | | Bu reklam Türk toplumundaki vakur baba imajına zarar verir mi? | | Toplam |
|--------|---------|----------------------|--|--------|--------|
| | | | Evet | Hayır | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 17 | 68 | 85 |
| | | Oran | 20,0% | 80,0% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 50,0% | 54,0% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 17 | 58 | 75 |
| | | Oran | 22,7% | 77,3% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 50,0% | 46,0% | 46,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 34 | 126 | 160 |
| | | Oran | 21,3% | 78,8% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Katılımcılara yöneltilen "Bu reklam Türk (Alman) toplumundaki vakur baba imajına zarar verir mi?" sorusuna, Türkiye'deki katılımcıların %80'i "Hayır" cevabı verirken %20'si "Evet" yanıtını vermiştir. Alman katılımcılarda ise bu oran %77,3'e karşın %22,7 olmuştur. Her ne kadar aradaki fark çok büyük olmasa da, ağlayan bir baba imajının vakur baba imajına zarar verebileceğini düşünenlerin oranının Alman toplumunda daha yüksek çıkması dikkate değer bir noktadır.

Tablo 15. Az önce izlediğiniz Axe reklamı sizi etkiledi mi?

| | | | Az önce izlediğiniz Axe reklamı sizi etkiledi mi? | | Toplam |
|--------|---------|----------------------|---|--------------------|--------|
| | | | Evet, etkiledi. | Hayır, etkilemedi. | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 60 | 25 | 85 |
| | | Oran | 70,6% | 29,4% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 65,2% | 36,8% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 32 | 43 | 75 |
| | | Oran | 42,7% | 57,3% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 34,8% | 63,2% | 46,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 92 | 68 | 160 |
| | | Oran | 57,5% | 42,5% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklamın izlenmesinin ardından yöneltilen "Az önce izlediğiniz Axe reklamı sizi etkiledi mi?" sorusu iki katılımcı grubu arasında en fazla farkın olduğu soru olmuştur. Bu soruya Türkiye'deki katılımcıların %29,4'ü "Hayır, etkilemedi" cevabı verirken %70,6'sı "Evet, etkiledi" yanıtını vermiştir. Alman katılımcılarda ise söz konusu oran önemli ölçüde değişiklik göstermiş ve katılımcıların yalnızca %42,7'si "Evet, etkiledi" cevabı verirken %57,3'ü "Hayır, etkilemedi" demiştir. Reklamın Almanya'daki katılımcılarda tutum değişikliği yaratma etkisi, Türkiye'deki katılımcılara nazaran çok daha düşük olmuştur.

Tablo 16. Sizce Axe reklamı, erkeklerin toplumdaki rolünü değiştirdi mi?

| | | | Sizce Axe reklamı, erkeklerin toplumdaki rolünü değiştirdi mi? | | |
|--------|---------|----------------------|--|---|----------------------|
| | | | Evet, daha önce erkeklerle ağlamanın yakışmadığını düşünüyordum. | Hayır, değiştirmedim ben zaten herkesin ağlayabildiğini ve herkese yakıştığını düşünüyorum. | Hayır, değiştirmedim |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 2 | 71 | 12 |
| | | Oran | 2,4% | 83,5% | 14,1% |
| | | Toplam içindeki oran | 25,0% | 51,4% | 85,7% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 6 | 67 | 2 |
| | | Oran | 8,0% | 89,3% | 2,7% |
| | | Toplam içindeki oran | 75,0% | 48,6% | 14,3% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 8 | 138 | 14 |
| | | Oran | 5,0% | 86,3% | 8,8% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklamın izlenmesinin ardından katılımcılara sorulan “Sizce Axe reklamı, erkeklerin toplumdaki rolünü değiştirdi mi?” sorusuna Türkiye’deki katılımcıların %14’i “Hayır, etkilemedi” cevabı verirken bu oran Alman katılımcılarda yalnızca %2,7’dir. “Evet, daha önce ağlamanın erkeklerle yakışmadığını düşünüyordum” yanıtının oranı Türk katılımcılarda %2,4 iken Almanlarda %8 olmuştur. “Hayır, değiştirmedim çünkü ağlamanın herkese yakıştığını düşünüyorum” cevabında ise oranlar Alman katılımcılarda %89,3 iken Türk katılımcılarda %83,5 olarak belirlenmiştir.

Tablo 17. Axe’in reklamı gibi erkeğin ve kadının rolünü tematize eden başka reklamlar biliyor musunuz?

| | | | Axe’in reklamı gibi erkeğin ve kadının rolünü tematize eden başka reklamlar biliyor musunuz? | | Toplam |
|--------|---------|----------------------|--|--------------------|--------|
| | | | Evet, biliyorum. | Hayır, bilmiyorum. | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 22 | 63 | 85 |
| | | Oran | 25,9% | 74,1% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 33,3% | 67,0% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 44 | 31 | 75 |
| | | Oran | 58,7% | 41,3% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 66,7% | 33,0% | 46,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 66 | 94 | 160 |
| | | Oran | 41,3% | 58,8% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Reklamlarda cinsiyet kalıplarının kullanılmasına dair farkındalığın ölçülmeye çalışıldığı "Axe'in reklamı gibi erkeğin ve kadının rolünü tematize eden başka reklamlar biliyor musunuz?" sorusu iki katılımcı grup arasında önemli ölçüde fark görebildiğimiz bir diğer soru olmuştur. Almanya'daki katılımcıların %58,7'si izledikleri Axe reklamından başka, cinsiyet rollerini tematize eden reklamlar bildiklerini ifade etmişlerdir. Bu oran Türk katılımcılarda yarı yarıya düşerek yalnızca %25,9'da kalmıştır.

Tablo 18. Bu tür reklamlar, sizce Türk (Alman) halkı için önemli midir?

| | | | Bu tür reklamlar, sizce Türk halkı için önemli midir? | | Toplam |
|--------|---------|----------------------|---|--------|--------|
| | | | Evet | Hayır | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 67 | 18 | 85 |
| | | Oran | 78,8% | 21,2% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 53,6% | 51,4% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 58 | 17 | 75 |
| | | Oran | 77,3% | 22,7% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 46,4% | 48,6% | 46,9% |
| Toplam | | Verilen cevap sayısı | 125 | 35 | 160 |
| | | Oran | 78,1% | 21,9% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Bu tür reklamların kendi toplumlar için önemli olmadığı sorulduğunda her iki katılımcı grubu da büyük çoğunlukla bu tür cinsiyet kalıplarını yıkan reklamların önemli olduğu yanıtını vermiştir. Türkiye'deki katılımcıların %78,8'i izlediklerine benzer reklamların Türk halkı için önemli olduğunu söylerken bu oran Almanya'daki katılımcılarda %77,3'tür.

Tablo 19. Ağlayan bir baba figürü, babanıza karşı olan güven duygunuzu zedeler mi?

| | | | Ağlayan bir baba figürü, babanıza karşı olan güven duygunuzu zedeler mi? | | Toplam |
|-------|---------|----------------------|--|--------|--------|
| | | | Evet | Hayır | |
| Ülke | Türkiye | Verilen cevap sayısı | 2 | 83 | 85 |
| | | Oran | 2,4% | 97,6% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 25,0% | 54,6% | 53,1% |
| | Almanya | Verilen cevap sayısı | 6 | 69 | 75 |
| | | Oran | 8,0% | 92,0% | 100,0% |
| | | Toplam içindeki oran | 75,0% | 45,4% | 46,9% |
| Total | | Verilen cevap sayısı | 8 | 152 | 160 |
| | | Oran | 5,0% | 95,0% | 100,0% |
| | | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Katılımcılara son olarak sorulan "Ağlayan bir baba figürü, babanıza karşı olan güven duygunuzu zedeler mi?" sorusuna Türkiye'deki katılımcıların yalnızca %2,4'ü "Evet" derken %97,6 gibi büyük çoğunluğu "Hayır, zedelemes" cevabı vermiştir. Almanya'da ise katılımcıların %92'si babasını ağlarken görmenin ona karşı duydukları güven duygusuna herhangi bir zarar vermeyeceğini ifade ederken, %8'i bunun babalarına duydukları güveni zedeleyeceği yanıtını vermiştir. Alman katılımcılarda ağlayan baba figürünün babaya olan

güven duygusunu zedeleyeceğine dair görüşün Türk katılımcılara nazaran daha yüksek çıkması ilgi çekici bir husustur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Özellikle uluslararası firmalar reklamlarında kültürel öğeleri kullanmak suretiyle global reklam stratejisini sürdürebilmektedirler. Aynı şekilde belli bir toplumdaki kültürel değerleri sorgulanması yoluna gitmek de pazarlamada izlenen bir yol olabilir. Elbette böyle bir durumda hassas davranılması zorunluluğu da gündeme gelmektedir çünkü toplumsal ve kültürel değerler çoğunlukla derinlere kök salıp kalıplaşmış yargılar olarak varlıklarını sürdürmektedirler.

Toplumsal cinsiyet de -biyolojik cinsiyetimizden farklı olarak- toplumsal ve kültürel bir değerdir. Kadın ya da erkekten beklenen roller ve davranışlar bir kültürden diğerine farklılık arz etmektedir. Çalışmamızda ele aldığımız “Axe: Erkekler De Ağlar” reklamı, Türkiye’de erkeklik algısının sorgulanması üzerine kurulmuş bir çalışmadır. Bununla birlikte aynı reklamın başka bir kültürde nasıl tepki alacağı sorusu araştırmamızın temel problemini oluşturmuştur.

Reklamın izlenmesinden önce uygulanan üç soruluk anket göstermektedir ki hem Türk hem de Alman katılımcılar reklamlarda cinsiyet kalıplarının kullanıldığını farkındadır ve bu durum her iki katılımcı grubunu da toplumsal cinsiyet meselesi üzerinde düşünmeye sevk etmektedir. Ayrıca, tıpkı reklamlarda gösterildiği gibi kalıplaşmış cinsiyet rolleri içinde yaşamak isteyenlerin oranı her iki toplum içinde de son derece düşüktür. Bu veriler ışığında reklamın izlenmesinden önce bile toplumsal cinsiyete dair bir farkındalığın mevcut olduğu ve her iki katılımcı grubunun da bu türden kalıpyargıları reddetmeye eğilimli olduğu söylenebilir.

Reklamın izlenmesinden sonra uygulanan 10 soruluk anket çalışmasıninsa iki ayrı amacı bulunmaktadır. Bu amaçlar, Axe reklamının toplumsal cinsiyet kalıpları hakkında ne ölçüde farkındalık yarattığını ölçmek ve ikinci olarak da iki kültür arasında belirgin bir fark olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Öncelikle her iki grubun katılımcıların yarısından fazlası reklam hakkında olumlu görüş belirtmişlerken; reklamı beğenmeyenlerin oranı her iki grup için ortalama %21,3 olmuştur. Bu anlamda reklamın başarılı olduğu söylenebilir. Dikkati çeken bir diğer konu reklam hakkında olumlu görüş belirtenlerin oranının Türk katılımcılarda daha yüksek olmasıdır.

Diğer yandan, reklamın, toplumsal cinsiyet rolleri hakkında bir farkındalık oluşturmaya yardım ettiği ve izleyicileri bu konu hakkında düşünmeye sevk ettiği açıkça görülmektedir. Reklamın izlenmesinin ardından, “Toplumsal meseleleri reklamda görmek, size bu toplumsal meseleleri düşündürüyor mu?” ve “Sizce televizyon kanallarında gösterilen reklamlarda stereotipik kadın ve erkek rolleri kullanıyor mu?” sorularına olumlu cevap verenlerin oranında kayda değer yükselişler yaşanmıştır. İlgili şekilde, hem Türk hem de Alman katılımcılar, cinsiyet kalıplarını sorgulatan bu tür reklamların kendi toplumları için önemli olduğu görüşündedirler. Yine de reklamlarda cinsiyet kalıplarının kullanımı konusunda Alman katılımcıların daha yüksek bir farkındalığa sahip olduğu söylenebilir çünkü “Axe’in reklamı gibi erkeğin ve kadının rolünü tematize eden başka reklamlar biliyor musunuz?” sorusuna olumlu cevap verenlerin oranı Alman katılımcılarda daha yüksektir.

Dikkat çekici bir diğer husus her iki katılımcı grubunun da ağlayan bir erkek figürünün vakur bir baba imajına zarar vermeyeceğini düşünmesidir. Bununla bağlantılı olarak ağlayan bir babaya karşı güven duygusunun zedelenmeyeceğini söyleyenlerin oranı da oldukça yüksektir. Bu anlamda katılımcıların, toplumsal cinsiyet kalıplarını önemsemedikleri söylenebilir. Zira her iki grubun üyeleri de büyük çoğunlukla reklamın cinsiyet hakkındaki düşüncelerini değiştirmediklerini; ağlamanın her insan için doğal bir durum olduğunu belirtmişlerdir.

Sonuç olarak, “Axe: Erkekler De Ağlar” reklamı, toplumsal ve kültürel kalıplar üzerine düşünmeyi kışkırtan başarılı bir çalışmadır. Bununla birlikte alınan cevaplar göstermektedir ki gençler söz konusu kalıpyargıların yanlışlığına dair bir farkındalığa sahiptirler. Diğer yandan, yalnızca üniversite eğitimi gören gençlerle yapılan bu çalışmanın başka demografik özellikler gösteren gruplarla tekrarlanması farklı sonuçların elde edilmesiyle sonuçlanabilir. Bu yüzden alana daha fazla katkı sağlanması adına benzer çalışmaların farklı yaş ya da meslek gruplarıyla da yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunbaş, Hüseyin, (2015a) Reklamın İyisi Kötüsü Olur, Literatürk Yayınları, Konya.
- Altunbaş, Hüseyin, (2015b) Reklam Bize Ters, Literatürk Yayınları, Konya.
- Avşar, B. Zakir ve Elden, Müge, (2005) Reklam ve Reklam Mevzuatı, Piramit Yayıncılık, Ankara.
- Çamdereli, Mete, (2006) Reklam Arası, Tablet Kitabevi, Konya.
- Dumanlı, Duygu, (2011) "Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Kadın İmgesinin Kullanımı; Bir İçerik Analizi", Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2), s. 132-149.
- Elden, Müge ve Bakır, Uğur, (2010) Reklam Çekicilikleri, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Ertike, S. Aybike, (2010) Reklam, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Fırlar, G. Belma, (2003) Reklam ve Biz, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
- Gregory, D. Garry ve Munch, M. James, (1997) "Cultural Values in International Advertising: An Examination of Familial Norms and Roles in Mexico", Psychology & Marketing, 14(2), s. 99-119.
- Gentry, James ve Harrison, Robert, (2010) "Is Advertising a Barrier to Male Movement Toward Gender Change?", Marketing Theory, 10(1), s. 74-96.
- Kalan, G. Özlem, (2010) "Reklamda Çocuğun Toplumsal Cinsiyet Teorisi Bağlamında Konumlandırılışı: 'Kinder' Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(38), s. 75-89.
- Knoll, Silke ve diğ., (2011) "Gender Roles in Advertising: Measuring and Comparing Gender Stereotyping on Public and Private TV Channels in Germany", International Journal of Advertising, 30(5), s. 867-888.
- Özdemir, Mehmet, (2010) "Türkiye'deki Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet ve Sunumu", Milli Folklor, 22(88), s. 101-111.
- Şimşek, Sedat, (2006), Geleneksel İmgeler ve Reklam, NKM Yayınları, Konya.

Otantik Liderlik, Örgütsel Bağlılık ve Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişki: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama

Relationship Between Authentic Leadership, Organizational Commitment And Psychological Capital: An Application In Textile Sector

Mehmet SAĞIR*
Aslı Uğur AYDIN**

ÖZ

21. yüzyılda örgütlerin başarısı, işgörenlerin sahip oldukları bilgi, beceri ve yetenekleri kullanabileceği, iş tatmin duygularının yüksek olacağı, motivasyonlarının yüksek düzeyde olacağı örgütsel iklimin oluşmasına bağlıdır. Bu durum, işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerini artıracığından işgörenlerin amaç ve hedefler doğrultusunda performanslarını da yükseltmektedir. Örgütsel bağlılığın artmasında bazı bireysel özelliklerin (psikolojik sermaye) ön plana çıkması gerekmekte ve bunda etkili olacak faktör ise yönetici ve liderlerin tutum ve davranışları olarak karşımıza çıkmaktadır. Otantik liderlik tarzı, bu özelliklerin ön plana çıkmasında etkili bir liderlik tarzı olarak bu özelliklerin (psikolojik sermaye) kazanılması ve geliştirilmesinde etkili olmaktadır. Bu çalışmada otantik liderliğin hem örgütsel bağlılık üzerinde hem de psikolojik sermaye üzerindeki, aynı zamanda psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi ile bu üç değişken arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bunlarla birlikte, psikolojik sermaye algısının önemi düşünülerek, demografik özelliklerin psikolojik sermaye algısındaki farklılık ortaya koyup koymadığı araştırılmıştır. AMOS'ta yapılan analizler sonrasında araştırmanın sonucu olarak; Otantik liderliğin hem örgütsel bağlılık hem de psikolojik sermaye üzerinde, psikolojik sermayenin de örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Üçlü etki ile birlikte otantik liderliğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracılık rolünün olduğu tespit edilmiştir. Yine üç değişken arasında pozitif ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Liderlik, Otantik Liderlik, Örgütsel Bağlılık, Psikolojik Sermaye

ABSTRACT

The success of organizations in the 21st century depends on the formation of an organizational climate in which employees can use their knowledge, skills and abilities, have high levels of job satisfaction and high motivation. This increases the organizational commitment levels of employees and increases their performance in line with the objectives and targets. Some individual characteristics (psychological capital) need to come to the forefront in increasing organizational commitment and the effective factor for this is the attitudes and behaviors of managers and leaders. Authentic leadership style is an effective way in acquiring and developing these characteristics (psychological capital) as an effective leadership style in bringing these features to the forefront. This study investigates the effect of authentic leadership on both organizational commitment and psychological capital, as well as the effect of psychological capital on organizational commitment and the relationship between these three variables. Furthermore, considering the significance of psychological capital perception, study attempts to examine whether demographic characteristics represent any differences in psychological capital perception. Following the analysis performed on AMOS, it was found that authentic leadership has a positive and significant effect on both organizational commitment and psychological capital and psychological capital on organizational commitment. It has been also determined that psychological capital has a mediating role in the effect of authentic leadership on organizational commitment along with triple effect. Yet again, a positive and significant relationship was found between these three variables

KEYWORDS

Leadership, Authentic Leadership, Organizational Commitment, Psychological Capital, Structural Equality

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 11.07.2019 | 12.11.2019 |
| Atıf | Sağır, M. ve Aydın, A.U. (2019). Otantik Liderlik, Örgütsel Bağlılık ve Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişki: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 800-812. |

* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Bölümü msagir@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7081-5462

** Bilim Uzmanı, asliaydin1710@outlook.com, ORCID: 0000-0002-9354-2591

GİRİŞ

21. yüzyılın ikinci döneminde iletişim teknolojilerinin gelişimlerine bağlı olarak meydana gelen yüksek rekabet koşullarında örgütler, yeni ve pozitif yaklaşım sergileyebilen bir liderlik türüne ihtiyaç duymuşlardır. Örgütlerin en genel amaçlarından bir tanesi varlıklarını devam ettirmek ve büyümek olduğundan, büyümenin ve sürekliliğinin sağlanması için etkili bir liderin varlığına ve örgütsel bağlılık düzeyleri yüksek işgörenlere ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır.

Otantik lider, takipçilerinin düşünce ve fikirlerine açık olan, bu şekilde onların yetenek ve diğer özelliklerinin farkına varan dolayısıyla onlarla uyumlu olan bir lider olarak ifade edilirken, takipçilerine güven veren ve geleceğe umutla bakan kişilerdir. Bu durum ve davranışlar içerisinde otantik liderin, liderlik süreci içerisinde kendini geliştirmeyi düşünen ve amaçlarla uyumlu davranış gösterdiği de söylenebilir.

Örgütsel bağlılık, işgörenlerin örgütsel amaçlar ve değerleri benimsemiş olması, amaçlara ulaşma yolunda kendisini yetkin hissedip motive olmuş bir durumda örgütle arasında oluşan duygusal bir bağlıdır. Bağlılığın yüksek düzeyde olduğu işgörenlerin performans düzeyleri üst seviyelerde seyretmektedir. Örgütsel bağlılığın yüksek olması yine bireyin sahip olacağı, kendinin farkında olabilme, gelecekte amaca kolayca ulaşabilme konusunda hem iyimser hem de umut dolu olabilme ve karşılaşılan sorunlarda kırılman olmadan devamlılık gösterip sorun çözebilecek güce sahip olma, özelliklerine bağlıdır. Bu özelliklerin geliştirilmesi ile örgütsel bağlılık duygusu da artacaktır. Bireylerdeki bu özellikler liderlik tarzına bağlı olarak gelişecek ya da ortaya çıkacaktır. Otantik liderlik tarzı, bu özelliklerin ön plana çıkmasında etkili bir liderlik tarzı olarak bu özelliklerin (psikolojik sermaye) kazanılması ve geliştirilmesinde etkili olmaktadır. İşgörenlerin sahip olduğu öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık bireydeki psikolojik sermaye olarak ifade edilirken, aynı zamanda açık ve paylaşımcı bir örgüt kültürünün gelişmesine katkı yapan otantik liderlik sürecinde de artmaktadır.

Bu çalışmada genel olarak, örgüt içerisinde otantik liderlik, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık arasında nasıl ve ne düzeyde bir ilişki olduğu, tekstil sektöründe araştırılmıştır. Bu araştırma amacıyla bakıldığında; araştırmanın sorunsalını, “otantik liderlik örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye arasında nasıl ve ne derece bir ilişki vardır?” Varsa ilişki çerçevesinde; “otantik liderliğin hem örgütsel bağlılık hem de psikolojik sermaye üzerinde, psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık üzerinde, etkileri var mıdır, varsa ne düzeydedir?”, “Otantik liderliğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracılık rolü var mıdır?” oluşturmaktadır.

1. OTANTİK LİDERLİK

İnsanların, örgütlenmeye başlamasından günümüze kadar varlığını sürdüren liderlik (Bass ve Steidlmeimer, 1999: 181), uzun bir geçmişe dayanmasına rağmen, akademik anlamda son dönemlerde üzerinde daha çok durulmaya başlanmıştır (Tabak vd. 2010: 92). Liderlik ile ilgili yapılan tanımlara bakıldığında kişilerin buldukları koşullar neticesinde kavramın da şekillendiği söylenmektedir. Liderlik, İngilizce’de “*insanlara yol göstermek*” anlamında kullanılan “*to lead*” kelimesinden gelmektedir (Coşar, 2011: 4;23). Loke’a (2001) göre lider, büyümek, yenilenmek, gelişmek, zorlu fırsatları değiştirmek ve yapılan hatalardan ders çıkaran geniş görüş sahibi kişi olarak tanımlanmaktadır. Sert’e (2015: 9) göre lider, farklı amaç ve hedefleri ile diğer işgörenlerden ayrılan, vizyonu ve davranışlarıyla öncü kişilerdir.

Günümüz iş dünyasında liderler kadar liderin etkilediği diğer üyelerinde de aktif olan liderlik bir süreçtir. Belirli bir olayda lider ve üyeler ile gerçekleşen bir etkileşim sonucunda oluşmaktadır (Akgündüz, 2012: 6). Liderlik, örgüt amaçlarına ulaşabilmek adına işgörenlerin yaptıklarını kontrol ederek yönetilmesi davranışı olarak tanımlanmaktadır (Karahan, 2008: 147). Liderlik ile ilgili gelişmeler aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (Avolio vd. 2009: 442);

- Bütünselliğe önem verilmektedir.
- Pozitif ve değer odaklı yaklaşıma sahiptir.
- Karmaşık olduğu kadar dinamik bir yapıya sahiptir.
- İşgörenler önemsenmektedir.
- Liderlik ile ilgili yapılan çalışmalar liderliğin önemini arttırmaktadır.

Özellikle liderlik kavramı ile ilgili yapılan çalışmalar, liderliğin türü ve sürecinin anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. İşgörenlere yol göstermek olumlu bir durum olsa da bazı liderlik türlerinde bu durum olumsuz davranışların da oluşabilmesine sebep olmaktadır. Olumlu liderlik türlerinden otantik liderlik tamamen insan odaklı bir yapıya sahip olduğundan üzerinde durulması gereken liderlik türlerinin başında gelmektedir.

1990’lı yıllarda ortaya çıkan ve liderlik kavramına farklı bir boyut kazandıran otantiklik, bireyin rutin işlerinde değer, tercih ve gereksinimlerinde kendi doğrularını uygulaması olarak tanımlanmaktadır (Kernis,

2003: 13-14; Chan vd. 2005). Özgüvenli, umutlu, optimist, ahlaki nitelikleri benimseyen ve vizyon sahibi olan otantik liderler, kendilerinin gelişimlerini önemseyerek pozitif davranışlar sergilemektedirler (Gezer, 2015:17). İzleyiciler ve liderler arasındaki etkili iletişim sonucunda meydana gelen karşılıklı güven ile hem izleyicilerin bireysel anlamda da gelişimin kolay sağlandığı hem de örgütte uyumun arttığı görülürken, böylelikle de performansın yükselmesine sağlanmış olacaktır (Keser ve Kocabaş, 2014: 4). Bu nedenle liderler, kendilerinin ve takipçilerini sürekli öğrenme ve gelişmelerini sağlayan örgütsel bir iklim oluşturmaları ve oluşturulan bu iklimi devam ettirebilmelidirler (Avolio ve Gardner, 2005: 367).

Otantik liderler, işgörenlere ve onların görüşlerine değer vererek işgörenler ile birlikte işbirlikçi bir iş ortamı oluşturmayı amaçlamaktadırlar. Bu sayede işgörenler kendi görüşlerini rahatça dile getirebilecek, herhangi bir durumda işi yürütülmesiyle ilgili fikirlerinin alınması neticesinde kendilerini önemli hissedecek ve örgüte olan bağlılık düzeyleri de arttırılacaktır. Pozitif bir örgüt ikliminin de oluşmasına katkı sağlayan otantik liderler, işgörenlerin performansının da arttırılmasında büyük rol oynamaktadırlar. Otantik liderlere düşen en büyük görevler arasında kendilerini izleyen işgörenlerin motivasyonlarını arttırmak ve işgörenlerin kendilerini yeterli hissetmelerini sağlamak yer almaktadır. Otantik liderler kendilerinde bulunan dürüstlük, güvenme, karşısındakine karşı açık ve paylaşımcı olma gibi özelliklerini kendilerini izleyen işgörenlere de aşılması da örgüt için büyük önem arz etmektedir (Topaloğlu ve Özer, 2014: 161-162).

Yapılan alanyazın çalışması sonucunda farklı araştırmacılar tarafından otantik liderlik boyutları benzer kavramlar altında inceledikleri görülmektedir. Kernis (2003: 13-15) öz farkındalık, tarafsızlık, eylem ve ilişkisel oryantasyon, Avolio ve Gardner (2005) ve Walumbwa ve arkadaşları (2008) öz farkındalık, ilişkisel şeffaflık, içselleştirilmiş ahlak anlayışı ve bilgiyi dengeli değerlendirme olarak ele almaktadır. Walumba ve arkadaşları bu bileşenler doğrultusunda Otantik Liderlik Modeli ve Otantik Liderlik Ölçeği'ni geliştirmişlerdir.

Öz farkındalık, kişinin kendi duygu, düşünce ve arzuları gibi olumlu ya da olumsuz bütün özelliklerini bilmesi ve doğasındaki zıtlıkların da farkında olması gerekmektedir (Keser, 2013: 31).

İlişkisel şeffaflık, kişinin o anki durum için duygu ve bilgilerini açık bir şekilde aktarabilmesi yani, kişinin karşısındakilerle kurduğu açık ve dürüst bir şekilde yaptığı iletişim olarak tanımlanmaktadır (Topaloğlu ve Özer, 2014).

İçselleştirilmiş ahlak anlayışı, örgütsel davranış ve kararlara etki eden içsel moral standartların ve moral değerlerin rehberliğinde yön vermek anlamını taşımaktadır (Öcal ve Barın, 2016: 73). Oto-kontrolün bir şekli olan içselleştirilmiş ahlaki bakış açısı, işgörenlerin içinden gelen ahlaki davranışlar ile şekillenmektedir (Walumbwa vd., 2008: 92)

Bilgiyi dengeli değerlendirme, kişinin bilgiye dönük, tarafsız bir tutumda olması gerektirdiğinden bilginin ele alınırken abartılı ve yanlı olmadan doğru ve objektif bir şekilde bilgileri analiz ederek diğer işgörenlerin de fikirlerine önem vermesidir (Walumbwa vd., 2008: 92; Kernis, 2013'den Akt. Keser ve Kocabaş, 2013: 3).

Liderlerin otantiklik özelliğini elde edebilmesi, her türlü eylem ve faaliyetlerinde ahlaki, dengeli ve tarafsız bir şekilde hareket etmesi ile mümkün olabilmektedir. Bu da, kendisini izleyen işgörenlerin düşüncelerini dinlemeden ve onlara önemli olduklarını hissettirmeden geçmektedir.

2.ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

Örgütün hayatta kalabilmesi ve rakipleri arasında rekabet avantajı sağlayabilmesi, işgörenlerin örgüte sağladığı katkılardan dolayı işgörenlerin işe devamlılıklarının ve bağlılık düzeylerinin nasıl olduğu ile alakalıdır. Ayrıca örgütlerin işgörenlerine önem vermeleri, güvenmeleri ve hayatlarını devam ettirebilmeleri için işgören odaklı yaklaşımda bulunmaları gerekmektedir. Örgütlerin işgörenleri örgütün vazgeçilmez bir parçası olarak göremeyen, onlara bir makinadan farklı olmadıklarını düşündürülmesi işgörenleri örgüt amaçlarının gerçekleştirilmesinde aktif bir rol oynayamaz hale getirmekte ve işgörenlerin kendilerini faydasız ve değersiz hissederek örgüte karşı olumsuz tutum ve davranışlarda bulunmasına sebep olmaktadır (Demirel, 2009).

Çeşitli yöntemlerle işgörenlerin kendilerini değerli hissetmelerini sağlayan örgütlere karşı zamanla bir bağlılık oluşması önemli bir gelime olarak görülmektedir. İşgörenlerin maddi olarak tatmin edilmesinin yanı sıra, işgörenlerine güvenerek, fikirlerini alarak, onları örgütün temel unsuru olarak görmeleri zamanla işgörenlerin örgüte karşı bir duygusal bağ ile bağlanmalarını katkı yapmaktadır.

Örgüte karşı duygusal bağlılık gösteren işgörenler örgütün temel unsuru olmaktan ve manevi açıdan kendisini değerli hissetmelerinden kaynaklanmaktadır. Duygusal anlamda bağlılığı yüksek işgörenler örgütün çıkarlarını korumak adına daha fazla çaba sarf edeceğinden örgütler tarafından daha çok değerli hale gelmektedirler. Örgüte bağlı kalmanın kendisine para, kıdem, sosyal hak, emeklilik hakkı, tazminat vb. maddi açıdan yarar sağlayacak olan kazanımları göz önünde bulunduran işgörenlerin bağlılık türü ise devam bağlılığı olarak tanımlanmaktadır. Örgütten ayrılacağında bu kazanımların da yok olacağını düşündüklerinden örgütte

kalmanın kendi yararına olacağını düşünen işgörenlerin ise devam bağlılığının yüksek olduğu görülmektedir (Özdemir ve Yaylı, 2014: 49).

İşgörenin, örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için emek harcaması ve örgütte devamlılığının sağlaması için örgüte bağlılık duyması gerekliliği, işgörenlerin tatmin edilmesinin öneminin bilinmesi gerekmektedir. Böylece işgörenler örgütlerini gönüllülük esası ile koruyup kollayarak benimseyeceklerdir. Örgütün yönetsel amaçları arasında yer alan işgörenin bağlılığının sağlanması hem maddi hem de manevi şekilde sağlanmaktadır. Örgütün kültürü, kimliği, imajı, kullandıkları liderlik tarzları, eğitim ve geliştirme faaliyetlerine kadar etkili olan örgütsel bağlılık, özellikle manevi açıdan işgörenlerin doyumunu ile mümkün olmaktadır (Sevinç ve Şahin, 2012:267). Sevinç ve Şahin'in belirttiği etmenler arasında yer alan örgüt kültürü ve liderlik tarzı, örgütsel bağlılık konusunda, kendi duygu ve düşüncelerini anlayan, kendisi düşüncelerine değer verdiğini düşündüğü, dürüst davranan ve kendisine güvenen bir lider olması durumunda etkili olmaktadır. Bu tarz bir lider, alanyazında otantik lider olarak tanımlanmaktadır.

Başta Avalio ve Gardner, (2005) ve Karatürk'ün (2015) çalışmaları olmak üzere örgütsel bağlılığın örgütsel iklimle de ilişkili olduğu yapılan alanyazın çalışması doğrultusunda söylenebilmektedir. Örgütün herhangi bir üyesinin konuşma tarzı ya da duruşu, örgüt iklimi hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır. Ayrıca, işgörenlerin ve örgütlerin hayatta kalabilmeleri, kabul görülmeleri ve başarılı olabilmeleri için gerekli olan örgütsel iklimin, örgütsel bağlılığın sonucunda ne boyutta olduğu bilinmektedir. Bir örgütün örgütsel iklimini örgütlerde liderlik türleri gibi örgütsel iklim de değişiklik göstermektedir (Avalio ve Gardner, 2005: 365). Teorik anlamda örgütsel uyum, tatmin, performans ve örgütsel vatandaşlık davranışları ile de ilgilidir. Bu tür davranışlarla ilişkilendirilen ve desteklenen bağlılık, daha güçlü bir hal alacağından örgütlerin vazgeçemeyeceği bir unsur olarak görülmektedir. Bundan dolayı liderlerin, işgörenlerinin örgütleriyle bütünlük sağlayabilmek adına daha fazla emek harcamaları gerekmektedir (Karatürk, 2015: 44).

İşgörenlerin örgüte bağlılık düzeyine göre elde edilen sonuçlarının çoğu davranışsal boyuttadır. Motive edilme, tatmin edilme ve işten ayrılmama isteği ve bağlılık arasında olumlu, iş değiştirme, sinizm, işten ayrılma ile bağlılık arasında olumsuz yönde bir ilişki olduğu araştırmacılarca belirtilmiştir (Yağcı, 2007:119). Örgüt kültüründe, işgörenlerine örgütün bir parçasıymış gibi görmeleri işgörenlerin nasıl davranacaklarına da etki edeceğinden, işgörenlerin kendilerini geliştirmelerine yönelik zam, kıdem, ödüllendirme, eğitim ve geliştirme de dâhil olmak üzere onları örgüte daha çok bağlayacak faaliyetler de bulunmaları gerekmektedir. Her örgütün işgörenleri elde tutma çabaları farklıdır. Özellikle işten ayrılma niyeti olan işgörenlerin bunu işten ayrılma davranışına dönüştürmeden önce örgüte olan güvenlerinin artırılması ve örgütün de bunun için çeşitli faaliyetlerde bulunması hem işgörenlerin hem de örgütün yararına bir davranış olacaktır. İşgören temini ile ilgili problemi olmayan örgütler için bu durum söz konusu olmayabilir (Çetin, 2011: 63; Uçkun vd., 2013:72).

Özgüven sahibi, iyi niyetli, güvenilir, vizyon sahibi, işgörenlerinin eksiklerini ve kapasitelerini kolaylıkla belirleyebilen otantik liderlerin bu ve benzeri özelliklere sahip olmaları doğrudan işgörenlerin örgüte olan bağlılık düzeylerini de etkilemektedir. İşgörenlerini kendilerinden bile daha iyi tanıyan liderler, iş yüklerini, tatmin düzeylerini, kapasitelerini bilip ona göre davrandığı ve işgörenleri ile sürekli iletişim halinde olduğu için örgütsel bağlılıklarını da etkilemiş olacaktır (Yaşbay, 2001: 163; Büyükbeşe vd. 2019: 201).

3.PSİKOLOJİK SERMAYE

Tüm üretim faktörleri ve bilginin kullanılabilir hale gelmesinin insan kaynağı sayesinde gerçekleştiği geniş bir şekilde kabul görmektedir. Rekabete dayalı günümüz iş dünyasında çalışmak zorunda olan işgörenlerin; stresli, zorlu işyeri koşulları ve rakip işgörenler gibi unsurlardan dolayı psikolojik durumlarının dengede tutulması ve dikkatli bir biçimde ele alınması örgütler açısından git gide zorunlu bir hal almaktadır. Zira işgörenlerin özel hayatları da dâhil olmak üzere yaşadıkları problemlerin, iş memnuniyeti ve performans düzeylerini etkilediği bilinen bir gerçektir (Aydın-Tükeltürk ve Karalar, 2015: 256). Bu çerçeveden bakıldığında örgütler, işgörenleri için hem iş hem özel yaşamlarını dengede tutacak koşulları hazırlamaları adına, kendilerini tanımaya olanak verecek çalışma koşullarını hazırlamalıdır. Bu durum modern yönetim anlayışının zorlu bir noktasıdır.

İşgörenlerin bireysel anlamda gelişmelerini ve performanslarını arttırmaya yönelik olan psikolojik bir kaynak olan psikolojik sermaye, aynı zamanda örgütsel anlamda da entelektüel sermaye kaynaklarına paralel bir şekilde, işgörenlerin verimliliklerinin ve performansının da artmasına katkı sağlayan bir sermaye unsurudur. Başka bir deyişle işgörenlerin kim olduklarına ve kim olacaklarına dair bilgiler sunan geliştirilmeye açık bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Luthans vd., 2005). Bu, işgörenlerin kendilerini hem bireysel hem de örgütsel amaçları gerçekleştirmeye hazır hale getirilmesi konusunda gerçekleştirilmiş faaliyetler arasında öncelikli olarak yerini almış olacaktır.

Erkuş ve Fındıklı'ya (2013: 2) göre psikolojik sermaye; öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık olmak üzere dört temel alt boyuttan oluşmaktadır. *Öz yeterlilik*; işgörenin karşılaştığı sorunların çözümünde kendi bilgi beceri ve yeteneğine güvenmesi (Çoban, 2013:20), *iyimserlik*; işgörenin amaçlarına ulaşabilmesi için istikrarlı bir şekilde sarf ettiği çabalar sonucunda her şeyin yoluna gireceğini ve emeklerinin karşılığını alacağını düşünmesi (Keleş, 2011: 347), *umut*; işgörenin amaçlarını gerçekleştirirken pozitif bir motivasyon ile karşılaşılabilecek engellerin üstesinden kolaylıkla gelinebileceğine inanması (Akçay, 2011: 126), *dayanıklılık* ise; işgörenin karşılaşılabileceği zorluklar ve başarısızlıklar sonucunda dirayetli bir yapıya bürünmesi olarak tanımlanmaktadır (Çoban, 2013:21).

Otantik liderlik için büyük öneme sahip olan psikolojik sermaye, performansın geliştirilmesinde önderlik etmektedir. İzleyenlerini psikolojik sermayelerinin güçlendirmeye yönelik teşvik eden liderler onlara rol model olarak öncülük etmektedirler. Topaloğlu ve Özer (2014:162) birçok araştırma sonucunda otantiklik özelliğine sahip liderler ile işgörenlerin psikolojik sermayelerinin düzeyleri arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğunu ifade etmektedir.

Psikolojik sermayenin örgüt yaşamındaki yansıtıcısı olarak görülen örgütsel davranış yaklaşımı, pozitif sermaye kavramının da ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmaların çoğu, psikolojik sermayenin bireysel ve örgütsel boyutları ile geliştirilmesi gereken önemli bir kavram olduğundan bahsetmektedir. Psikolojik sermaye, genel olarak, işgörenlerin şuanda kim olduklarından ziyade, gelecekte kim olacaklarıyla alakalı bir kavramdır (Erkmen ve Esen, 2013: 23). Otantik liderler, karşısındakini tanıma, anlama ve fikirlerini dikkate alma özellikleri ile işgörelere kendini tanıma ve gelişimleri adına neler yapabileceklerini gösterebilmektedir. İşgörenlerin bu anlayışı fırsata çevirme ve gelişimleri ile birlikte artan performans sergilemeleri gözlemlenebilecektir. Her işgören artı ve eksilerini gösteren, gelişim yollarını gösteren ve fikirlerine değer veren, başarılı bir işgören profili yanı sıra kendisinden değerli bir insan kaynağı olarak bahsedecek bir yönetici ister.

Psikolojik sermayenin revize edilebilir olması yönetilirken de örgüt ve işgören arasında önemli sonuçlar elde edilmesine katkı sağlamaktadır. Geçmişte örgüte olan bağlılık pek önemsenmese de günümüzde önemli hale gelmiş olması, işgörenlerin örgüt amaç ve hedeflerine önemli katkı sağladıkların bilincinde olunmasıdır. Ayrıca, işgörenlerin tatmin edilmesi müşteri tatmininin de elde edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle rekabet avantajı elde etmek isteyen örgütlerin işgörenlerinin örgütsel bağlılık düzeylerini arttırmaları için psikolojik sermayelerine de önem vermelerinin önemli olduğunu bilmeleri ve kendilerine has stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir (Ocak vd., 2016: 3).

İşgörenler arasında pozitif bir iklimin oluşmasını destekleyen otantik liderliğin, işgörenlerin psikolojik anlamdaki kapasitelerini geliştirmeleri örgüt yararına olan bir durumdur. Oluşturulan bu pozitif iklimin yanı sıra, istenilen performansın oluşmasına da katkı sağlamaktadır. Örgütlerin rekabet etmelerinde vazgeçilmez bir unsur olarak görülen psikolojik sermaye, örgütsel bağlılığın elde edilmesinde de büyük önem arz etmektedir (Büyükbeşe vd., 2019: 201-203).

Takipçilerinin gelişimine katkıda bulunma ve onları moral motivasyon olarak üst seviyelere çıkarma otantik liderlerin başlıca özellikleri arasındadır. Bu durum onların dürüstlük, güven verebilme ve şeffaf olabilmeleri ile takipçilerini de desteklemelerine öncü olmaktadır. Yine örgüt kültürünü paylaşımcı ve psikolojik sermayeyi geliştirici bir ortam haline getirmeyi amaçlamaktadırlar (Topaloğlu ve Özer, 2014:162). Örgüte bağlı gerçekleşen bir takım niteliklerin varlığı ya da yokluğu her bir işgörenin çalıştığı örgüte ilişkin tutumlarını ve işgörenin örgütüne karşı bağlılığını etkiler (Dağdeviren, 2007: 84). Bireysel gelişimi teşvik eden otantik liderler hem kendileri hem de takipçilerinin örgüt içerisinde olumlu tutum sergilemelerine katkı yapmaktadırlar. Bu durumdan dolayı bu tarz liderler örgüt içerisinde nasıl algılandıklarının da farkındadırlar (Demirağ, 2015: 276). Başka bir ifade ile otantik liderlik tarzı örgüte ve örgüt çalışanlarına, gelişim ve farkındalık anlamında, hizmeti amaçlamakta ve sürekli bireylerin ihtiyaçlarını ön planda tutmaktadırlar (Karahana, 2008:150).

4.METODOLOJİ

4.1.Araştırmanın Amacı, Önemi ve Katkıları

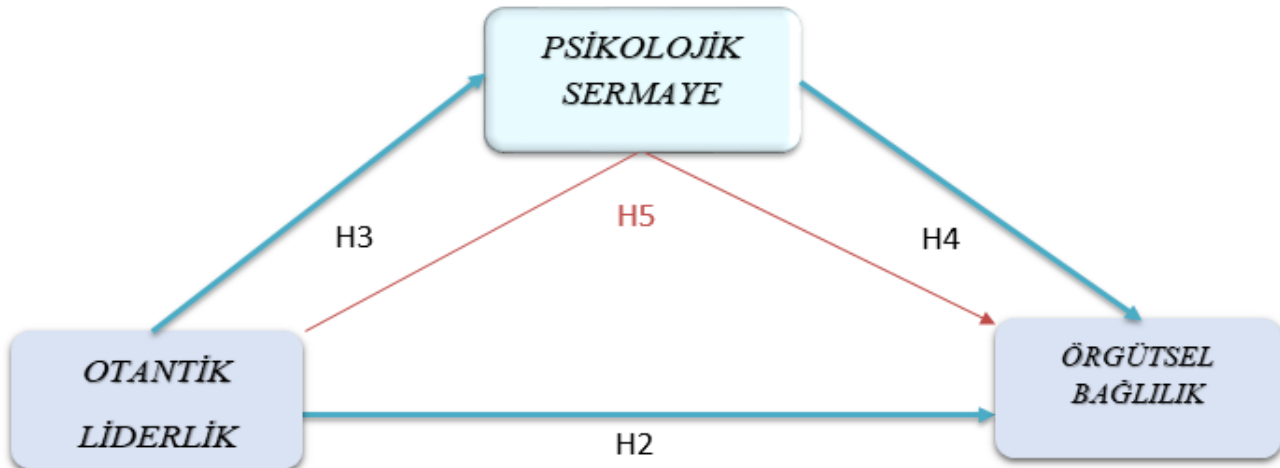
Günümüz koşullarında örgütlerin rekabet avantajı elde edebilmeleri, işgörenlerini geliştirmeye yönelik çalışmaların artırılması ve işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin artırılması ile mümkün olmaktadır. Örgütsel bağlılıktan bahsedilebilmek için işgörenleri anlayan, onların fikirlerine önem veren, kendilerini örgütün bir parçası gibi gören ve onlara rol model olan bir lidere ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu araştırmayla otantik liderliğin hem psikolojik sermaye aracılığı ile örgütsel bağlılığa etkileri ile ilgili bir araştırma olup liderlik yazınına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada ilk olarak, yapılan alanyazın taraması sonucunda kuramsal çerçevesi oluşturulmuş bunun sonucunda da hipotezler belirlenmiştir. Çalışmada ilişkinin

ölçülmesinin yanı sıra otantik liderliğin örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye aracılığı ile etkileri konusu ile ilgili olarak çalışmaların sınırlı olmasından dolayı elde edilecek sonuçların alanyazına zenginlik katacağı ve örgütlere rekabet üstünlüğü sağlamada büyük katkılar elde edeceği düşünülmektedir. Otantik liderlik, örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Otantik liderliğin psikolojik sermaye aracılığı ile örgütsel bağlılığa etkileri ve Denizli ilinde tekstil endüstrisinin gelişmesinde psikolojik sermayenin aracılık rolünün önemi araştırılmıştır. Otantik liderliğin psikolojik sermaye aracılığı ile örgütsel bağlılığa etkileri ile ilgili hipotezler ayrı ayrı oluşturulmuştur. Bununla birlikte psikolojik sermayenin aracılık rolü olup olmadığı üzerine bir model oluşturulmuştur.

Çalışmanın konu ve uygulama kapsamı doğrultusunda alt amacını oluşturan demografik özelliklerle (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, görev alanı) çalışmanın ana konusunu (aracılık rolüne bakılmasına rağmen) oluşturan değişkenlerden psikolojik sermaye üzerindeki algı farklılıklarını ölçmek amacıyla H1 ve H1'in alt hipotezleri oluşturulmuştur. Otantik liderlik ve örgütsel bağlılık algısında demografik değişkenlerin farklılık ortaya koyup koymadığı ile ilgili çalışmaların alanyazında fazlasıyla yer alması sebebi ile incelenmemiştir.

Işkın ve Kaygın'ın (2016) ve Yaşbay'ın (2011), otantik liderlik ve örgütsel bağlılığı alt boyutlarıyla incelerken aralarında ilişki olduğu sonucuna vardığı çalışmaları doğrultusunda, Öztürk-Çiftçi'nin (2018), otantik liderlik algısında psikolojik sermayenin ne derecede önemli olduğuyla ilgili yapılan çalışması doğrultusunda ve Büyükbeşe vd.'nin (2019), otantik liderlik ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki ve etkilerinin yanı sıra psikolojik sermayenin aracılık rolü olduğu sonucu doğrultusunda H2, H3, H4, H5, H6, H7 ve H8 hipotezleri oluşturulmuştur.



H1: Demografik değişkenler psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır.

H1_a: Cinsiyet, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır.

H1_b: Yaş, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır.

H1_c: Eğitim durumu, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır.

H1_d: Görev alanı, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır.

H2: Otantik liderlik (OL) , örgütsel bağlılık (ÖB) üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H3: Otantik liderlik (OL) , psikolojik sermaye (PS) üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H4: Psikolojik sermaye (PS) , örgütsel bağlılık (ÖB) üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

H5: Otantik liderliğin(OL), örgütsel bağlılık (ÖB) üzerindeki etkisinde, psikolojik sermayenin (PS) aracılık rolü vardır.

H6: Otantik liderlik(OL) ve örgütsel bağlılık(ÖB) arasında istatistik olarak pozitif ve anlamlı ilişki vardır.

H7: Otantik liderlik(OL) ve psikolojik sermaye (PS) arasında istatistik olarak pozitif ve anlamlı ilişki vardır.

H8: Psikolojik sermaye (PS) ve örgütsel bağlılık(ÖB) arasında istatistik olarak pozitif ve anlamlı ilişki vardır.

1.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Bu araştırmanın evreni Denizli ili organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren tekstil işletmeleri çalışanlarıdır. Örgütteki işgören sayısı yaklaşık olarak 350 kişidir. Araştırmanın örneklemini ise evreni temsil

edecek şekilde tesadüfi olarak belirlenen bir tekstil işletmesi çalışanlarıdır. Araştırmada, örgüt yöneticileri ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda, 300 işgörene anket dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerin 250'si geri dönmüş, yanlış ve eksik doldurulan 34 anket değerlendirmeye alınmamış ve sonuç olarak 216 anket analiz için kabul edilmiştir.

4.2. Veri Toplama Aracı ve Ölçekler

Araştırma doğrultusunda oluşturulan hipotezlerin test edilebilmeleri için amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sorularının oluşturulmasında otantik liderlik ile ilgili olan sorular Tabak ve Polat (2012)'ın Tekirdağ'da üretim sektöründe faaliyet gösteren "Otantik Liderlik Ölçeği: Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması" konulu çalışmasından, örgütsel bağlılık ile ilgili sorular Jaworski ve Kohli (1993) tarafından geliştirilen ve Şeşen (2010) tarafından "Öncülleri ve Sonuçları ile Örgüt İçi Girişimcilik: Türk Savunma Sanayinde Bir Araştırma" konulu çalışmasında Türkçe'ye uyarlanmıştır. Son olarak psikoloji sermaye ile ilgili sorular ise Firestone (2010)'un "Measuring Psychological Capital in Non-Profit Social Service Organizations" konulu çalışmasından çevrilip sektörde uzman kişilerin, akademisyenlerin görüşleri alınıp tekstil işletmelerine uyarlanarak pilot uygulama için hazır hale getirilmiştir.

Çalışmanın uygulama kısmını tamamlamak için üç bölümden oluşan bir anket formu geliştirilmiştir. Anketin birinci bölümünde, otantik liderliğin yer aldığı 15 değişkenden oluşan sorular bulunmaktadır. İkinci bölümünde, aracılık rolünün araştırıldığı psikolojik sermaye ile ilgili 24 değişken yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise, örgütsel bağlılıkla ilgili 6 değişken bulunmaktadır. Yöneticilerin ve çalışanların, bu değişkenleri 5'li Likert ölçeğine göre yanıtlamaları istenmiştir (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum). Anketin son bölümünde ise demografik bilgiler ile ilgili sorular bulunmaktadır.

Tablo 1: Likert Tipi Ölçeklerde Güvenilirlik (Araştırma Uygulaması)

| Ölçekler | Cronbach's Alpha | İfade Sayısı |
|--------------------|------------------|--------------|
| Otantik Liderlik | ,925 | 15 |
| Psikolojik Sermaye | ,967 | 24 |
| Örgütsel Bağlılık | ,756 | 6 |

Bu sonuçlara göre (Tablo 1) anketin ölçeklerinden otantik liderlik, psikolojik sermayenin güvenilirliği $\alpha \geq .9$ 'a göre mükemmel boyuttur. Örgütsel bağlılığın güvenilirliği ise $.8 > \alpha \geq .7$ 'ye göre kabul edilebilir boyuttur.

4.3. Araştırmanın Bulguları

Anketi değerlendirmeye alınan 216 katılımcının 158'ü (% 73,1) erkeklerden, 58'i (%26,9) bayanlardan oluşmaktadır. Çalışanların 18'i (%8,3) 18-24 yaş aralığında, 72'si (%33,3) 25-34 yaş aralığında, 78'i (%36,1) 35-44 yaş aralığında ve 48'i (%22,2) ise 45 yaş ve üzerindedir. Çalışanların 77'si (%35,6) ilköğretim, 97'si (%44,9) lise, 38'i (%17,6) lisans, 4'ü (%1,9) lisansüstü mezundur. Tekstil işletmelerindeki çalışanlar üzerinde yapılan bu çalışmaya katılanların 9'u (%4,2) üst düzey yönetici, 17'si (%7,9) orta düzey yönetici, 10'u (%4,7) alt düzey yönetici ve 180'i (%83,3) ise yönetici olmayan çalışanlardan oluşmaktadır. Analizler yapılan normallik testi doğrultusunda P değeri 0,05'ten büyük olduğu ve homojen dağılmadığı için Mann-Whitney ve Kruskal – Wallis testi ile yapılmıştır.

Tablo 3: Demografik Değişkenlere Göre Psikolojik Sermayenin Algılanmasına Yönelik Farklılık Testi

| | Psikolojik Sermaye | Kişi Sayısı (N) | Ort. | Std. Hata Ort. | Test | P |
|----------------------|---------------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|-------------|
| Cinsiyet | Erkek | 158 | 97,3101 | 1,46736 | 1388 | ,601 |
| | Kadın | 58 | 94,6724 | 1,46736 | | |
| Yaş | 18-24 | 18 | 81,4444 | 6,66089 | 12,007 | ,007 |
| | 25-34 | 72 | 94,1389 | 2,60907 | | |
| | 35-44 | 78 | 98,0256 | 2,25364 | | |
| | 45+ | 48 | 103,6667 | 2,48993 | | |
| Eğitim Durumu | İlköğretim | 77 | 94,7662 | 2,55827 | 10,382 | ,016 |
| | Lise ve dengi | 97 | 93,9897 | 2,28065 | | |
| | Lisans | 38 | 106,1053 | 2,40252 | | |
| | Lisansüstü | 4 | 105,0000 | 6,49359 | | |
| İş Bölümü | Üst Düzey Yönetici | 9 | 107,4444 | 7,84239 | 8,909 | ,031 |
| | Orta Düzey Yönetici | 17 | 102,5294 | 4,49683 | | |
| | Alt Düzey Yönetici | 10 | 106,3000 | 4,56082 | | |
| | Yönetici Değil | 180 | 94,9611 | 1,62528 | | |

Mann-Whitney U testi sonucunda cinsiyet, eğitim ve geliştirme puanları ($p=0,601>0,05$) arasında anlamlı fark ortaya koymamaktadır. Buna göre, erkek katılımcıların puan ortalaması ile kadın katılımcıların puan ortalamaları birbirine yakın veya aynıdır. Bu sonuçlara göre, “Cinsiyet, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır (H_{1a})” olarak kurulan hipotez kabul edilmemiştir.

Kruskall Wallis testi sonucunda yaş, psikolojik sermaye puanları arasında ($p=0,007<0,05$ olduğundan) anlamlı fark ortaya koymaktadır. Buna göre 45 yaş ve üzeri katılımcıların diğer yaş aralıklarındaki çalışanlara göre daha fazla puan ortalamasına sahip olduğu ve test sonucunda anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre “Yaş, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır (H_{1b})” olarak kurulan hipotez kabul edilmiştir.

Eğitim durumu, psikolojik sermaye puanları arasında ($p=0,016<0,05$ olduğundan) anlamlı fark ortaya koymaktadır. Buna göre lisans mezunu katılımcıların diğer mezun katılımcılara göre daha fazla puan ortalamasına sahip olduğu ve test sonucunda anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre “Eğitim durumu, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır (H_{1c})” olarak kurulan hipotez kabul edilmiştir.

İş bölümü, psikolojik sermaye puanları arasında ($p=0,031<0,05$ olduğundan) anlamlı fark ortaya koymaktadır. Buna göre üst düzey yöneticiler diğer katılımcıların puan ortalamalarına göre daha fazla puan ortalamasına sahip olduğu ve test sonucunda anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre “Görev alanı, psikolojik sermaye algılanmasında istatistikî olarak anlamlı farklar ortaya koymaktadır (H_{1d})” olarak kurulan hipotez kabul edilmiştir.

Psikolojik sermaye değişkeninde, analiz edilen 4 alt hipotez sonucunda, 3 hipotez kabul edilmiş ve 1 hipotez reddedilmiştir. Bu sonuçlara göre, demografik değişkenler psikolojik sermayeyi %75 açıklamaktadır.

Tablo 4: Ölçekte Yapılan Değişiklikler

| Ölçekler | İfade Sayısı | Çıkarılan İfade Sayısı |
|----------|--------------|------------------------|
| OL | 15 | 11 |
| PS | 24 | 13 |
| ÖB | 6 | 2 |

Kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacı ile SPSS AMOS 21 programı kullanılarak tüm ölçekler için tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklerin geçerliliklerinin testi için oluşturulan ölçüm modellerinin sahip oldukları uyum değerleri kabul edilebilir sınırlar içinde olmadığından dolayı programın önerdiği düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler sonucunda ölçekte yapılan değişiklikler Tablo 4’te, uyum değerleri ise Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 5: Yapısal Eşitlik Modellerinin Katsayıları

| Değişkenler | Standardize (β) | Standart Hata | P | R ² |
|-------------|-----------------|---------------|-----|----------------|
| OL-PS | 1,09 | 0,044 | *** | 0,817 |
| OL-ÖB | 1,04 | 0,490 | *** | 0,586 |
| PS-ÖB | 0,52 | 0,038 | *** | 0,393 |

Tablo 5’te verilen regresyon analizinde otantik liderliğin psikolojik sermaye (model 1) üzerine, otantik liderliğin örgütsel bağlılık (model 2) üzerine, psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık (model 3) üzerine olan etkisi incelenmiştir. Regresyon analizi sonuçları AMOS kullanılarak elde edilmiştir.

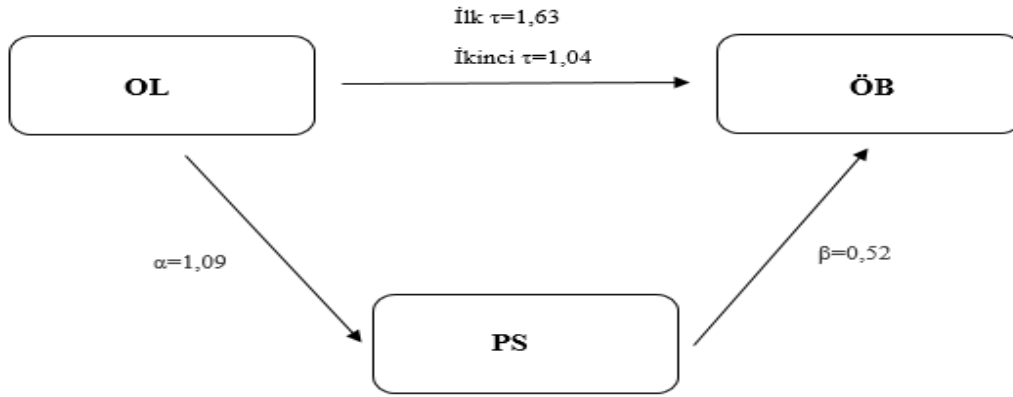
Model 1 kapsamında yapılan regresyon analizi sonucunda otantik liderlik ve psikolojik sermaye arasında kurulan model anlamlıdır (P değeri=0,000<0,05). Otantik liderlik, psikolojik sermayeyi pozitif yönde etkilemektedir. Otantik liderlik değişkeni psikolojik sermayeyi % 81,7 açıklamaktadır ($R^2 = 0,817$). Model 1 testi sonucuna göre çalışmanın “otantik liderlik, psikolojik sermaye üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir (H3)” hipotezi desteklenmiştir.

Model 2 kapsamında yapılan regresyon analizi sonucunda otantik liderlik ve örgütsel bağlılık arasında kurulan model anlamlıdır (P değeri=0,000<0,05). Otantik liderlik örgütsel bağlılığı, pozitif yönde etkilemektedir. Otantik liderlik değişkeni, örgütsel bağlılığı % 58,6 açıklamaktadır ($R^2 = 0,586$). Model 2 testi sonucuna göre çalışmanın “otantik liderlik, örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir (H2)” hipotezi desteklenmiştir.

Model 3 kapsamında yapılan regresyon analizi sonucunda psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık arasında kurulan model anlamlıdır (P değeri=0,000<0,05). Psikolojik sermaye, örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilemektedir. Psikolojik sermaye değişkeni Örgütsel bağlılığı % 39,3 açıklamaktadır ($R^2 = 0,393$). Model 3 testi sonucuna göre çalışmanın “psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir (H4)” hipotezi desteklenmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonrasında AMOS programında yapılan üçlü etki analizlerinde otantik liderlik, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık arasında pozitif ve anlamlı etkinin elde edilmesi, üç değişken arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla “Otantik liderlik(OL) ve örgütsel bağlılık(ÖB) arasında istatistik olarak pozitif ve anlamlı ilişki vardır.” (H6), “Otantik liderlik(OL) ve psikolojik sermaye (PS) arasında istatistik olarak pozitif ve anlamlı ilişki vardır.” (H7) ve “Psikolojik sermaye (PS) ve örgütsel bağlılık(ÖB) arasında istatistik olarak pozitif ve anlamlı ilişki vardır.” (H8) hipotezleri desteklenmektedir.

Şekil 1’de belirtilen Otantik Liderliğin Psikolojik Sermaye aracılığı ile Örgütsel Bağlılığın etkileri Modeli aşağıdaki gibidir;



Şekil 1: Otantik Liderliğin Psikolojik Sermaye aracılığı ile Örgütsel Bağlılığın etkileri Modeli

Otantik liderliğin (OL), örgütsel bağlılık (ÖB) üzerinde anlamlı ve pozitif ilişkisinin olduğunun yanı sıra otantik liderliğin (OL) ve örgütsel bağlılık arasında psikolojik sermayenin (PS) aracılık rolü oynadığı bu modelde τ ile τ' arasında anlamlı bir azalmanın olduğundan dolayı psikolojik sermayenin, otantik liderlik ve örgütsel bağlılık arasında kısmi aracılık rolü oynadığı söylenebilmektedir ($\tau' < \tau$). Elde edilen değerler oldukça iyi denebilecek sonuçlar ortaya koyduğundan dolayı modelin uyumu istenilen değerlerde çıkmıştır.

Test sonucuna göre çalışmanın “otantik liderliğin (OL), örgütsel bağlılık (ÖB) üzerindeki etkisinde, psikolojik sermayenin (PS) aracılık rolü vardır (H5)” hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 6: Şekil 1’e İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

| Uyum iyiliği değerleri | χ^2/df | RMSEA | CFI | GFI |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Yapısal Eşitlik Modeli | 1,834 | ,062 | ,991 | ,967 |
| İyi Uyum Değerleri | ≤ 3 | $\leq 0,05$ | $\geq 0,97$ | $\geq 0,90$ |
| Kabul Edilebilir Uyum Değerleri | $\leq 4-5$ | 0,06-0,08 | $\geq 0,95$ | 0,89-0,85 |

Yapılan modifikasyon sonucu modelin RMSEA, CFI ve GFI uyum değerlerinin kabul edilebilir, χ^2/df uyum değerlerinin ise, iyi boyutta olduğu (Meydan ve Şeşen, 2011: 37) ve modelin yapısal olarak uygun olduğuna ilişkin yeterli kanıtların sağlandığı gözlemlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Otantik lider, takipçilerinin güvenini ve saygısını, onların değerleriyle, etik standartlarıyla ve kişisel görüşleriyle kazanmakta ve aynı zamanda diğerleriyle açık ve işbirlikçi bir çevreyi kolaylaştırmaktadır. Otantik liderlikte önemli olan, liderin kendini, değerlerini, duygu ve hedeflerini tanıyarak, işgörenlerine karşı samimi bir şekilde ahlaki değerlerini ön planda tutup, karar almadan önce tarafsız bir şekilde irdelemesidir. Böylece, insanların kendi güçlerini inşa etmeleri ve daha pozitif olmaları, örgütün içindeki bağlılık düzeylerinin artması ve pozitif düşüncelerini genişletmeleri için onlara yardımda bulunmaktadırlar.

Çalışmada, önceden belirlenen amaçlar doğrultusunda akademik bir çalışma yürütülmüş ve analizler sonucunda bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Anket uygulamasının ortaya koyduğu veriler ışığında yapılan analiz ile 8 tane hipotez test edilmiş ve H_{1a} hariç geri kalanların hepsi kabul edilmiştir. AMOS ile yapılan etki analizinde, otantik liderlik ve psikolojik sermaye arasında kurulan, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık arasında kurulan, otantik liderlik ve örgütsel bağlılık arasında kurulan pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu sonucuna varılarak modelde bulunan 3 hipotez kabul edilmiştir.

Tablo 3’teki bulgulara bakıldığında cinsiyet psikolojik sermayenin algılanmasında fark ortaya koymamaktadır. Bunun en önemli nedenleri arasından günümüz koşullarında erkek işgörenler ile kadın işgörenler arasında, bilgi, beceri, yetenek, eğitim ve çalışma koşullarında bir farkın olmaması gösterilebilir. Karatürk (2015), “*Otantik Liderlik ve Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Alan Araştırması*” üzerine İstanbul’da bulunan elektronik sektöründe dünyanın önde gelen örgütün işgörenlerine yaptığı araştırması ele alındığında, kadın ve erkeklerin psikolojik sermaye algısı arasında anlamlı bir farklılık

bulunmaktadır. Bu çalışmada Karatürk'ün aksine cinsiyet, psikolojik sermaye algısında anlamlı farklar ortaya koymamaktadır. Çıkan bu farklılığı araştırmaların yapıldığı sosyo-kültürel alan ve sektörel değişkenlerin ortaya koyduğu düşünülmektedir. Cinsiyetin farklılık ortaya koymamasına rağmen araştırmada yaş, eğitim durumu ve iş bölümü (pozisyon) psikolojik sermayenin algılanmasında farklılık ortaya koymaktadır sonucuna ulaşılmıştır. Yaş anlamlı fark ortaya koyarken, ortalama değeri en büyük olan yaş grubu 45 yaş ve üzeridir. Bunun nedenin belirli bir tecrübeyi elde etmiş işgörenlerin psikolojik sermaye alt boyutlarını kavramış ve kendilerini değerlendirdikleri zaman psikolojik sermaye özelliklerine sahip olduğu inancından kaynaklandığı düşünülmektedir. Benzer şekilde eğitim durumu da anlamlı fark ortaya koyarken, lisans mezunlarının ortalama değeri en yüksek seviyededir. Bunun yanı sıra lisansüstü mezunların puanı da lisans mezunlarına oldukça yakındır. Az bir farkla düşük olması da sadece 4 lisansüstü mezunun olmasından kaynaklanmaktadır. Eğitim seviyesinin yükselmesi ile birlikte psikolojik sermaye algısı artmaktadır. İş bölümü (pozisyon) psikolojik sermaye algısında da anlamlı farklar ortaya koymaktadır ve üst düzey yöneticilerin ortalama puanı en yüksek seviyededir. Bunun nedeni olarak belirli yetkinliğe ulaşmış ve pozisyon olarak üst düzeylere çıkmış bireylerin daha özgüvenli ve farkındalığı artmış bireylerden meydana geldikleri düşünülmektedir.

Leroy vd. (2012), Belçika'da hizmet sektöründe faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerine yaptığı çalışmada, otantik liderlik ile duygusal örgütsel bağlılık arasında bir ilişki ve etki olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Gatling vd. (2014), ABD'de turizm eğitimi alan ve su sektörde çalışan öğrenciler üzerine yaptığı çalışmada, otantik liderlik ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmaktadır. Jensen ve Luthans (2006), işletmelerini yeni kuran girişimciler üzerine yaptıkları çalışmalarında, girişimcilerin genel psikolojik sermaye seviyesi, gerçek liderlik algılarıyla olumlu yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşmaktadırlar. Rego vd. (2015), Portekiz devlet üniversitesinde çalışan öğrenciler üzerine yaptığı çalışmada, otantik liderliğin örgütsel bağlılığı ve pozitif psikolojik sermayeyi ve örgütsel bağlılığın pozitif psikolojik sermayeyi etkilediği sonucuna ulaşmaktadır. Buna ek olarak da pozitif psikolojik sermayenin otantik liderliğin örgütsel bağlılığı etkilerken aracılık rolü oynadığı sonucuna ulaşmaktadır. İncelenen çalışmalar bu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Tablo 5'teki yapısal eşitlik modellerinin katsayılarına bakıldığında, otantik liderlik, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık arasında üçlü etki tespit edilmiştir. Otantik liderlik ve psikolojik sermaye arasındaki etki düzeyi en yüksek seviyededir. Bu durum otantik liderliğin psikolojik sermaye özelliklerini (öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık) bireylerde daha da kuvvetlendirici bir liderlik tarzı olmasıdır. Daha sonra ise otantik liderliğin örgütsel bağlılığı yüksek düzeyde etkileme derecesine sahip olduğudur. Bu da psikolojik sermayeyi etkilemesinin açıklandığı gibi, otantik liderlik tarzının işgörenlerde, iş tatmini ve motivasyon düzeylerini artıracak nitelikte olması ve sonucunda da örgütsel bağlılığı artırması şeklinde ifade edilmektedir. Üçlü etki ile birlikte AMOS'ta yapılan analizlerde, şekil 1'de görüldüğü üzere, τ değerlerinde azalma meydana gelmesi sebebiyle otantik liderliğin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin kısmi aracılık rolü oynadığı tespit edilmiştir. Bu durum otantik liderlik tarzının örgütsel bağlılığına etkileri öncesinde, bireylerin beklentilerini karşılayacakları şimdiki ve gelecekteki durumlarını belirleme konusunda sağladığı kazanımlar ile örgüt içerisinde bir tatmin ve memnuniyet duygusu yaratmış olmasıdır. Bu kazanımlar, işgörenlerin örgüt içerisinde bağlılıklarının artmasına etki eden dolaylı faktörün aslında psikolojik sermaye olduğunu göstermektedir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi sonrasında AMOS programında yapılan üçlü etki analizlerinde otantik liderlik, örgütsel bağlılık ve psikolojik sermaye arasında pozitif ve anlamlı bir etkinin tespit edilmesi, aynı zamanda bu üç değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu da göstermektedir.

Alanyazın incelendiğinde psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkileri olduğu sonucuna varılmaktadır. Ocak ve arkadaşlarının (2016: 5) yaptığı çalışmada psikolojik sermaye alt bileşenlerinden umut ve dayanıklılıkla örgütsel bağlılık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğunun sonucunu ortaya koymuşlardır. Topaloğlu ve Özer (2014: 162) psikolojik sermayenin yüksek iş performansı ile sonuçlanması konusunda otantik liderlik algısını ve varlığının önemini ortaya koymuşlardır. Bu durum psikolojik sermaye ile örgütsel bağlılık arasından pozitif bir ilişkinin varlığı yanı sıra başka faktörün (otantik liderlik) olması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın kısıtlılıklarına rağmen, gelecek çalışmalara ışık tutması ile birlikte, farklı sektör ve farklı bölgelerde yapılması, elde edilen sonuçların daha genel ifade edilebilir niteliğe taşınmasına ya da farklı sonuçlar ile akademik anlamdaki yeni çalışmaların kapısını açacaktır.

KAYNAKÇA

- Akçay, V. H. (2012) "Pozitif Psikolojik Sermayenin İş Tatmini ile İlişkisi", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 123-140.
- Akgündüz Y. (2012) "Konaklama İşletmelerinde Otantik Liderlik ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkinin Analizi", Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Avolio B., Gardner W. (2005) "Authentic Leadership Development: Getting to the Root of Positive forms of Leadership", Gallup Leadership Institute, College of Business Administration.
- Avolio B., Walumbwa F., Weber T. (2009) "Leadership: Current Theories, Research, and Future Directions". Annual Review of Psychology, 60, 421-449.
- Aydın-Tükel Türk, Ş., Karalar, S. (2015) "Psikolojik Sermaye." Derman Küçükaltan, Şule 1091 Aydın Tükel Türk, Güney Çetin Gürkan (Eds.) Örgütsel Davranışta Güncel Konular kitabı içinde (bölüm 15 , sayfa 251-264). Detay Yayıncılık: Ankara.
- Bass B., M., Steidlmeier, P. (1999) "Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behavior", The Leadership Quarterly, 10(2), s. 181-217.
- Büyükbese, T., Çavuşoğlu, S., Okun, O., (2019) Otantik Liderlik ile Örgütsel Bağlılık Arasında Psikolojik Sermayenin Aracılık Rolü: Bingöl Üniversitesi Örneği, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 10(17), s. 194-225.
- Chan, A., Hannah, S. T., Gardner, W. L., (2005) "Veritable Authentic Leadership: Emergence, Functioning, and Impacts", Monographs in Leadership and Management, 3, s. 3-41.
- Çoban, A. (2013) "Psikolojik Sermayenin Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerindeki Rolü", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(2), s. 17-33.
- Coşar S. (2011) "Otantik Liderlik Kavramı ve Adılları Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Kara Harp Okulu, Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çetin, F. (2011) "Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Açıklanmasında Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini, Kişilik ve Örgüt Kültürünün Rolü", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Öztürk-Çiftçi D. (2018) "Otantik Liderlik Tarzı ve Çalışanların İşe Adanmışlıkları Arasındaki İlişkide Pozitif Psikolojik Sermayenin Aracı Değişken Rolü", Doktora Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Dağdeviren G. E. (2007) "İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Sigorta Şirketleri Üzerine Bir Uygulama", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Demirağ S. (2015) "Otantik Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Karşılaştırılması: Öğretmen Adayları", Journal of Turkish Studies, 10(15), s. 273-288.
- Demirel, Y. (2009) "Örgütsel Bağlılığın İç Hizmet Kalitesi Üzerine Etkisi: Kamu ve Özel Sektör Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23, s. 269-282.
- Erkmen T. ve Esen E. (2013) "Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması", Öneri Dergisi, 10(39), s. 23-30.
- Erkuş A. ve Fındıklı M. (2013) "Psikolojik Sermayenin İş Tatmini, İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma", İstanbul Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Fakültesi Dergisi, 42(2) s. 302-318.
- Firestone, D. J. (2010) "Measuring Psychological Capital in Non-profit Social Service Organizations". University of Nevada, Reno.
- Gatling, A., Kang, H. J. A., ve Kim, J. S. (2016). The effects of authentic leadership and organizational commitment on turnover intention. Leadership & Organization Development Journal, 37(2), s. 181-199.
- Gezer, A. (2015) "Otantik Liderlik Davranışlarının İş Tutumlarına Etkisi: Mersin İli Finans Sektöründe Bir Saha Araştırması", Yüksek Lisans Tezi, Toros Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Işkın, Y., Kaygın, E. (2016) "Otantik Liderlik Anlayışının Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Yabancılaşmayla İlişkisi: Mobilya Sektöründe Bir Araştırma", Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(14), s. 619-647.
- Jensen, S. M. ve Luthans, F. (2006). Relationship between entrepreneurs' psychological capital and their authentic leadership. Journal of managerial issues, 18(2), s. 254-273.
- Karahan, A. (2008) "Hastanelerde Liderlik ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", Sosyal Bilimler Dergisi, 1, s. 130-147.
- Karatürk, H. E. (2015) "Otantik Liderlik ve Psikolojik Sermaye Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Alan Araştırması", Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Keleş, H. N. (2011) "Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri ve Örgüt Yönetimine Etkileri", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2), s. 343-350.
- Kernis M., H. (2003) "Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem", Psychological Inquiry, 14(1), s. 1-26.
- Keser S.(2013) "İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Otantik Liderlik ve Psikolojik Sermaye Özelliklerinin Karşılaştırılması", Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keser S., Kocabaş İ. (2014) "İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Otantik Liderlik ve Psikolojik Sermaye Özelliklerinin Karşılaştırılması", Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 1(1), s. 1-22.
- Leroy, H., Palanski, M. E, ve Simons, T. (2012). Authentic leadership and behavioral integrity as drivers of follower commitment and performance. Journal of Business Ethics, 107(3), s.255-264.

- Loke, C. F. J. (2001) "Leadership Behaviours: Effects on Job Satisfaction, Productivity and Organizational Commitment", *Journal of Nursing Management*, 9(4), s. 191-204.
- Luthans, F., Avolio, B.J., Walumbwa, F.O., Li, W. (2005) "The Psychological Capital of Chinese Workers, Exploring the Relationship with Performance", *Management and Organization Review*, 1(2), s. 249-271.
- Meydan, C. H., Şeşen, H. (2011) "Yapısal Eşitlik Modellemesi (AMOS Uygulamaları)", ISBN: 978-605-5437-01-5, Detay Yayıncılık, Ankara
- Ocak, M., Güler, M., ve Basım, H.N. (2016) "Psikolojik Sermayenin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Tutumları Üzerine Etkisi: Bosnalı Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 6(1), s. 113-130.
- Öcal, H., Barın, N. (2016) "Otantik Liderlik Davranışlarının İşe Yabancılaşma ile ilişkisi: Bursa İli Dericilik Sektöründe Bir Araştırma", *İş, Güç, The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 18(2).
- Özdemir, H., Yaylı A. (2014) "Çalışanın Örgütsel Bağlılığı, Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR)*, 1 (1), s. 48-58.
- Rego, P., Lopes, M. P. ve Nascimento, J. L. (2016). Authentic leadership and organizational commitment: The mediating role of positive psychological capital. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 9(1), s. 129-151.
- Sert, Ş. (2015) "Stratejik Liderlik- Çağ- Nema Öğretim İşletmeleri Genel Müdürlüğü Stratejik Liderlik Uygulamaları", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sevinç İ., Şahin A. (2012) "Kamu Çalışanlarının Örgütsel Bağlılığı: Karşılaştırılmalı Bir Çalışma", *Maliye Dergisi*, 162, s. 266-281.
- Tabak A., Polat M., Coşar S., Türköz, T. (2010) "Otantik Liderlik Ölçeği; Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması", *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 14(4), s. 89-106
- Topaloğlu T. Özer, P. (2014) "Psikolojik Sermaye ile İş Performansı Arasındaki İlişkiye Otantik Liderliğin Düzenleyici Etkisi", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), s. 160-172.
- Uçkun G., Uçkun S., Demir B., Gültekin A. (2013) "Örgüt Kültürünün Yapısı ve İnsani İlişkiler ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Kocaeli Üniversitesi İdari Personel Örneği", *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 3(3), s. 69-91
- Walumbwa, F. O., Avolio B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., Peterson, S. J. (2008) "Authentic leadership: Development and Validation of a Theory-based Measure." *Journal of Management*, 34(1), s. 89-126.
- Yağcı, K. (2007) "Meyer-Allen Örgütsel Bağlılık Modeli Yaklaşımıyla Otel İşletmeleri İşgörenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma", *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), s. 114-129.
- Yaşbay H. (2007) "Otantik Liderlik ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi", Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Alternatif Turizme Yönelik Bibliyometrik Bir Araştırma

A Bibliometric Research on Alternative Tourism

Ebru DÜŞMEZKALENDER*

Merve METİN**

ÖZ

Bu çalışmada, alternatif turizm başlıklı makalelerin bazı bibliyometrik özellikler açısından incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda 2000-2018 yılları arasında yayımlanan makaleler değerlendirmeye alınmıştır. Makalelere erişim için Yükseköğretim Akademik (YÖK Akademik) Arama veri tabanı kullanılmış, alternatif turizm anahtar kelimeleriyle tarama yapılmış ve neticede ulaşılabilen 60 makale değerlendirmeye alınmıştır. Makaleler yayımlandığı yıl, yayımlandığı dergi, yazar sayısı, kaynakça sayısı, anahtar kelime sayısı, araştırma türü, içeriği, yazarların çalıştıkları kurumlar gibi kriterler temelinde incelenmiştir. Bu değerlendirme sonucunda, alternatif turizm ile ilgili en fazla makalenin 2017 yılında yayımlandığı ve makalelerde iki yazarlığın fazla olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili en fazla makale Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nde yayımlanmıştır. Çalışmaya ait diğer bulgular, son yıllarda alternatif turizm ile ilgili çalışma sayısının giderek arttığını göstermektedir.

ANAHTAR KELİMELER

Alternatif Turizm, Turizm, Bibliyometrik Analiz

ABSTRACT

In this study, it is aimed to investigate some bibliometric properties of the articles with the title of alternative tourism. In this context, the articles published between 2000-2018 were evaluated. For access to the articles, Higher Education Academic (YOK Academic) Search database was used, and 60 articles which were obtained through the keywords of alternative tourism were taken into consideration. The articles were examined based on some criteria such as the year of publishing, the journals where articles are published, the number of authors, the number of references, the number of keywords, the research method, the content, the institutions where the authors work. As a result of this evaluation, it was seen that most articles on alternative tourism were published in 2017 and most of the papers were written by two authors. The Journal of the Institute of Social Sciences of Atatürk University was found to be the journal where most articles were published. The other findings of the study reveal that the number of studies on alternative tourism has been increasing in recent years.

KEYWORDS

Alternative Tourism, Tourism, Bibliometric Analysis

| | Makale Geliş Tarihi / Submission Date 28.03.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 11.11.2019 |
|------------|--|--|
| Anf | Düşmezkalender, E. ve Metin, M. (2019). Alternatif Turizme Yönelik Bibliyometrik Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 813-824. | |

* Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, earslaner@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6197-1394

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mervemetin9@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2754-8151

GİRİŞ

Turist beklentilerinin zamanla değişiklik göstermesi, gürültüden ve kent yaşamından uzaklaşma isteği, daha doğal bir yaşam ve daha kaliteli hizmet beklentisi turistler için farklı arayışları gündeme getirmiştir. Bu arayışlar neticesinde alternatif turizm kavramı belirmiş; süregelen tatil anlayışı değişmiş ve daha farklı ve yeni turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır (Ulusan ve Batman, 2010:243). Bununla birlikte kitle turizminin yarattığı hayal kırıklığı ve tetiklediği birçok problem alternatif turizme dönük yöntemler geliştirilmesini hızlandırmıştır (Brohman, 1996:63). Turistler, yerel halk ve diğer turizm paydaşlarının kitle turizminin olumsuz etkileri konusundaki artan farkındalığı da alternatif turizmin ortaya çıkmasını güçlendiren nedenlerdendir (Jovicic, 2016:608-609). Dolayısıyla bütün bu bilgilerden hareketle, alternatif turizmin doğuşunun kitle turizmine yönelik eleştirilere ve destinasyonlarda yarattığı olumsuz etkilere bağlandığı ifade edilebilir (Christou, 2012). Sürdürülebilirliği esas alarak; çevreye, doğaya ve kültürel kaynaklara duyarlı bir anlayışı benimseyen alternatif turizm türlerinin gelişme göstermesi, akademik yazına da yansımış; alternatif turizm konusunu ele alan birçok makale yazılmış ve bilimsel dergilerde yayımlanmıştır. Bilimsel yayınların belirli kriterler dâhilinde sınıflandırılması ve değerlendirilmesi hususunda sıklıkla tercih edilen tekniklerden birisi de bibliyometrik analizlerdir. Bibliyometrik araştırmalarda belgelerin ya da yayınların belirli nitelikleri değerlendirilip, çözümlenerek bilimsel bulgular elde edilmektedir (Ulu ve Akdağ, 2015:6). Daha açık anlatımla, bibliyometrik çalışmalarla yazar, konu, atıf, kaynaklar ile ilgili istatistiksel veri toplanması; bu istatistiksel veriler ışığında da belli bir alana yönelik genel bir durum değerlendirmesi yapılabilmektedir (Çetinkaya Bozkurt ve Çetin, 2016:232).

Bu çalışmada YÖK Akademik veri tabanında yayımlanmış olan alternatif turizm başlıklı makalelerin bibliyometrik bir yaklaşımla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın bir bölümünde ilgili literatüre, diğer bölümünde ise bibliyometrik analize ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Bibliyometri geçmişte yapılan birçok çalışmanın tek bir çalışmada özetlenmesi anlamında dikkat çekici bir özelliğe sahiptir. Ayrıca bibliyometrik yaklaşımın nesnelliği, alanın durumunu daha titiz bir değerlendirmeye tabi tutması anlamında önemlidir (Ruhanen ve diğ., 2015:15-16). Alternatif turizmin gelişme göstermesi ve yapılan çalışmaların sayıca artması; bu çalışmaların sentezlenmesi ve tek bir çalışmada sınıflandırılmış bir görüntü sunmasını gerekli kılmaktadır. Bu durum alanın genel değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir. Ancak literatür incelendiğinde alternatif turizm alanında yapılmış bir bibliyometri çalışması olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada alternatif turizm literatürünün özellikleri nelerdir sorusuna cevap aranmaktadır. Turizmin farklı alt konu başlıkları ile ilgili yapılacak olan bibliyometri çalışmalarının alana ilişkin kapsamlı bir bakış açısı sunarak katkı sağlayabileceği (Özel ve Kozak, 2012:717) düşüncesinden hareketle de, bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı ve yapılacak bundan sonraki çalışmalar için yol gösterici nitelikte olacağı düşünülmektedir.

1.LİTERATÜR

1.1.Alternatif turizm

Kitle turizmine yönelmiş az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde kaynak kullanımı fazla ve dengesizdir. Kitle turizmi yapılan bölgelerde doğal, kültürel ve tarihi değerler daha fazla tahrip edilmekte, çevresel ve kültürel kirlilik ortaya çıkmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009:115-116). Daha açık ifadeyle, kitle turizminin gelişimi, yoğunlaştığı kıyı bölgelerinde yerel mimariyle uyumayan yapıların yaygınlaşmasına ve aşırı yapılaşmaya neden olarak, bu bölgelerde özgün dokunun bozulmasına kıyı, hava ve gürültü kirliliğine, yeşil alanların, tarihi ve arkeolojik mekanların tahrip olmasına (Roney, 2011:20) ve bazı sosyal sorunların ortaya çıkmasına (Zengin ve Sancar, 2014:141) neden olmaktadır. Bu sorunlara bağlı olarak, 1970'ler ve 1980'lerin başında gelişmekte olan ülkelerde geleneksel turizm, kitle turizmi ya da istenmeyen turizm olarak ifade edilen turizm türleri için alternatif bir çözüm olarak yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır (Triarchi ve Karamanis, 2017a:39). Kısa Ovalı'nın (2007:74) anlatımıyla da alternatif turizm arayışlarının temelinde, kitle turizmine yönelik olumsuz tepkiler ve çevreci örgütlerin toplumların kaynakların yok edilmemesi gerektiği hususunda yarattığı bilincin önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Akoğlan Kozak ve diğ.'nin (2013) ifadeleriyle ise, post modern dönem olan 1980'lerden sonra yaşanan değişimler, bireyselliği, alternatif ürünleri, çevre hassasiyetini, zaman ve mekan kısıtından kurtulmayı önemli hale getirmiştir. Bu dönemde, farklılık beklentisi olan bireylerin kitle turizminden keyif almaması aynı zamanda kitle turizminin çevreye zarar verdiği düşüncesi yaygınlaşmış, farklı turistik ürünlere yönelim başlamıştır. Cohen (1987) de, çalışmasında alternatif turizmin çıkışını iki nedene bağlayarak bunları modern tüketime ve üçüncü dünyanın sömürülmesine bir tepki göstermekle bağlantılı olarak açıklamaktadır.

Alternatif turizm literatürü alternatif turizmin doğuş dönemini, Jafari'nin adaptasyon dönemi olarak göstermektedir. Araştırmacıya göre uyarıcı dönemde turizmin olumsuz etkileri incelenmiş ancak bu

olumsuzlukların nasıl ortadan kaldırılacağı ve olumsuzluklara nasıl bir çözüm bulunacağı belirlenememiştir. Bu dönemde alternatif turizm olgusu kitle turizmine alternatif olarak antitez şeklinde sunulmuştur (Baytok ve diğ., 2017:3). Bu bağlamda geliştirilen tanımlarda alternatif turizm, arzu edilmeyen kitle turizminin karşısı olarak; olumlu etkileri olan ya da çok az olumsuz etkisi olan ideal bir turizm formu olarak değerlendirilmektedir (Erdoğan, 2003). Bununla birlikte alternatif turizm bazı kaynaklarda kitle turizmini reddeden (Isaac, 2010:24) bazı kaynaklarda ise kitle turizmine alternatif olarak gelişen bir turizm türü (Kılıç ve Kurnaz, 2010:42) olarak betimlenmektedir.

Alternatif turizm; doğaya duyarlı ve sürdürülebilir ilkelere bağlı kalarak geliştirilmesi gereken turizm çeşitleri olarak tanımlanmaktadır (Baytok ve diğ., 2017:1). Akoğlan Kozak ve Bahçe'nin (2009:97) tanımıyla alternatif turizm, "kitle turizminin etkilerini azaltan ve turizm gelirlerini dengeli ve yerel halka öncelik verecek şekilde dağıtarak refah seviyelerinin yükselmesine katkıda bulunan, turizmden gelir akışını daha geniş zaman ve kesimlere yayan turistik ürün ve hizmetler içeren turizm çeşididir". Alternatif turizm düşüncesi, gelecek kuşakların kullanma hakkından ödün vermeden günümüz turizm faaliyetlerinin planlanmasını ve yürütülmesini sağlayan ve bu çerçevede gelecekteki turizm gelişimlerine de yol gösterici bir çözüm modeli olarak ön plana çıkmaktadır (Duran ve Özkul, 2018:143). Diğer taraftan plansız, dengesiz gelişme ve yerel halk başta olmak üzere paydaşların turizmden sağladığı faydaların eşit dağılmaması alternatif turizmin ortaya çıkışına zemin hazırlayan önemli konular olarak görülmektedir (Baytok ve diğ., 2017:5). Turizme katılanların farklı bir deneyim yaşamak istemeleri, yeni şeyler keşfetmek ve yeni şeyler görmek istemeleri de alternatif turizmin önemini artırmıştır (Çeken ve diğ., 2012:11). Alternatif turizm türlerine olan ilgiyi artıran başka sebep, tüm yıla yayılması ve farklı hedef kitlelerine hitap etmesidir (Zengin ve Sancar, 2014:144).

Alternatif turizm; küçük ölçekli, düşük düzeyde yatırım gerektiren, yerel halkın yüksek derecede katılımını gerekli kılan, yerel halka olumsuz etkilerin en aza indirildiği, yerel halkın kararlara dahil edilmesini gerekli kılan nitelikler taşımaktadır (Triarchi ve Karamanis, 2017b). Yoksul yanlısı turizm, toplum temelli turizm, gönüllü turizm, eko turizm, sürdürülebilir turizm gibi toplumsal ve ekolojik dönüşümleri destekleyen farklı türleri de bünyesinde barındırmaktadır (Isaac, 2010:24). Alternatif turizm türleri, planlama ve geliştirme aşamasında doğal ve kültürel kaynaklara öncelik veren duyarlı bir yaklaşımla yapılmaktadır (Triarchi ve Karamanis, 2017b:36). Özetle, toplumsal ve çevresel duyarlılığa dayalı olması, doğaya dönüş ve doğayı koruma bilinci gerektirmesi, yerel halkı turizm faaliyetlerine dâhil etmesi, yerel ürünlerin satışına ağırlık vermesi, yerel halka istihdam yaratması alternatif turizmin tipik özelliklerinden bazılarıdır.

1.2. Bibliyometri ve İlgili Çalışmalar

Bibliyometri terimi, ilk olarak Pritchard (1969) tarafından; kitaplara ve diğer iletişim araçlarına, matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması olarak tanımlanmıştır (Pritchard, 1969; Leung ve diğ., 2017:36). Başka bir tanımla, bibliyometri, akademik alanyazını istatistiksel yöntemler kullanarak analiz etmedir (Ruhanen ve diğ., 2015:6). Özel ve Kozak'ın (2012:715) tanımıyla bibliyometri, belirli bir alanda yayımlanan çalışmaların nicel analizlerle incelendiği bir yöntemdir.

Bibliyometrik araştırmalarda, belgelerin ya da yayınların belirli özelliklerinin analiz edilmesiyle bilimsel iletişime yönelik bulgulara ulaşılır (Al ve Çoştur, 2007:144). Analiz; yayımlanmış çalışmaların gözlemlenmesi, değerlendirilmesi, tanımlanması için nicel bir yaklaşım kullanır. Bu yöntemler sistematik, şeffaf ve tekrarlanabilir bir inceleme süreci gerektirmekte ve bu durum yapılan incelemelerin kalitesini artırmaktadır (Zupic ve Cater, 2015:430). Aynı zamanda disiplinleri daha iyi tanıması, tanıtması ve araştırmacıların alanın durumu hakkında fikir sahibi olmasını mümkün kılmaktadır (Al ve Çoştur, 2007:157). Bu yöntemle, bir alanla ilgili yayımlanmış çalışmalar; yılı, konusu, yazar ve kaynakça sayısı, atıfları, yayımlandığı dergi, kullandığı araştırma yöntemi gibi kriterler bağlamında incelenir. Bununla birlikte; bu çalışmalarla bir konu hakkında yayın yapan en verimli yazarlar tespit edilebilirken, diğer yandan bunlar arasındaki etkileşim düzeyi belirlenebilmektedir (Ulu ve Akdağ, 2015:6).

Bir alanın bibliyometrik analizi yapılırken, öncelikle var olan veri tabanlarını değerlendirilerek, onların uygunluğu yani birinin veya diğerinin kullanımının sonuçlarını değerlendirmek esastır (Sanchez ve diğ., 2017:8). Bu yöntemler yeni olmasa da, kolayca erişilebilen veri tabanlarının çoğalmasıyla birlikte ilgi görmüştür (Zupic ve Cater, 2015:430). Gelişmelere bağlı olarak literatürde farklı alanlarda da sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır.

Bir alanda geçmiş yıllarda yapılmış olan araştırmaların bulgularını sentezlemek, bir araştırma alanının gelişme göstermesi için elzem görünmektedir. Buna bağlı olarak, bibliyometrinin turizm araştırmalarındaki kullanımı da gün geçtikçe artış göstermektedir (Hall, 2011:16; Özel ve Kozak, 2012). Turizm araştırmalarında Palmer ve diğ., (2005) istatistiksel metodların kullanılmasını inceleyen ilk yazarlar olarak dikkat çekmektedir (Leung ve diğ., 2017:37). Daha sonra çalışmaların turizmin birçok alt dalına yayıldığı ve bu konularda da

bibliyometri çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. Turizm psikolojisi (Barrios ve diğ., 2008), sürdürülebilir turizm (Ruhanen ve diğ., 2015), şarap turizmi (Sanchez ve diğ., 2017), macera turizmi (Cheng ve diğ., 2018) gibi konularda yapılan bibliyometri çalışmaları bahsi geçen çalışmalardan bazılarıdır. Bununla birlikte turizm dergilerinin bibliyometrik yaklaşımla incelendiği çalışmaların da olduğu görülmektedir (Jimenez-Caballero ve Molina, 2017; Mulet-Forteza ve diğ., 2018; Strandberg ve diğ., 2018).

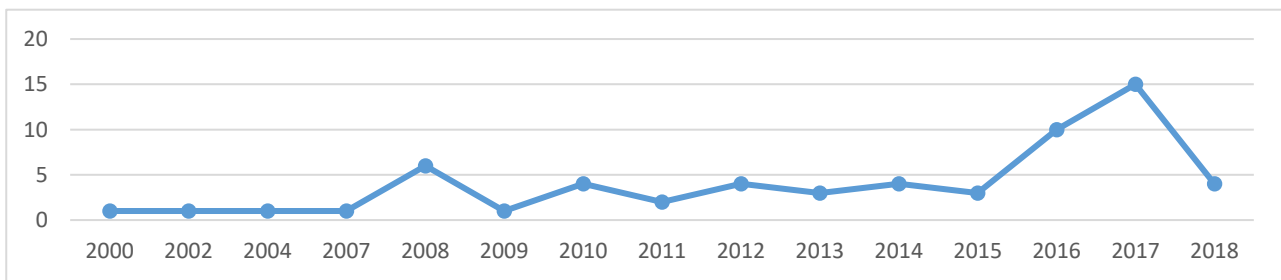
Bu gelişmelere paralel olarak; ulusal turizm yazınında da bibliyometrik yaklaşımın kullanıldığı birçok çalışma yayımlanmıştır. Örneğin, Güçlü Nergiz (2014) yaptığı çalışmada Türkiye’de 1990-2013 yılları arasında turizm alanında hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezlerini; Aydın (2017) ise yiyecek içecek alanında yazılmış tezleri bibliyometrik bazı özellikler açısından incelemiştir. Çiçek ve Kozak (2012) Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanan dergilerin bibliyometrik bir profilini belirlemiştir; Özel ve Kozak (2012), hakemli dergilerde yayımlanan ve turizm pazarlaması alanında yazılan makaleleri bibliyometrik özelliklere ve makalelerde yer alan atıflara göre incelemiştir. Yılmaz (2017a) 1978-2015 yılları arasında bahşiş konusunu ele alan makaleleri yıllara, dergilere, konulara, atıflara, veri toplama yöntemlerine, örneklem grubu gibi kriterlere göre incelemiştir. Zencir ve Kozak’ın (2012) çalışmasında Türkiye’de Sosyal Bilimler Enstitüleri tarafından yayınlanan dergilerde yer alan turizm konulu makalelerin bibliyometrik profili çıkarılmıştır. Makaleler yayın yılı, konusu, dili, yazar sayısı, sayfa sayısı, kullanılan kaynak sayısı gibi kriterler temelinde değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; bibliyometrik çalışmaların tezler ve seçilmiş dergilerde yayımlanan makaleler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

2.YÖNTEM

Bu çalışmada, alternatif turizm başlıklı makalelerin bibliyometrik bir yaklaşımla incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda YÖK Akademik veri tabanı kullanılmış; “alternatif turizm” kelimeleriyle arama yapılmış ve araştırmanın yapıldığı tarih itibarı ile 104 makale olduğu görülmüştür. Bazı makalelerin sistemde birkaç defa görüldüğü, bazılarının da erişime açık olmadığı gerekçesiyle ulaşılabilen 60 makale değerlendirmeye alınmıştır. Makaleler derinlemesine incelenmiş ve bulgular Microsoft Excel programında analiz edilmiştir. Makalelerin bibliyometrik profilinin belirlenebilmesi için yayımlandığı dergi, yıl, sayfa sayısı, yabancı ve yerli kaynak sayıları, makalelerin konulara göre dağılımı, yazar sayısı, yazarların çalıştıkları kurumlar ve bölümleri, anahtar kelime sayısı, kullanılan yöntemler incelenmiştir.

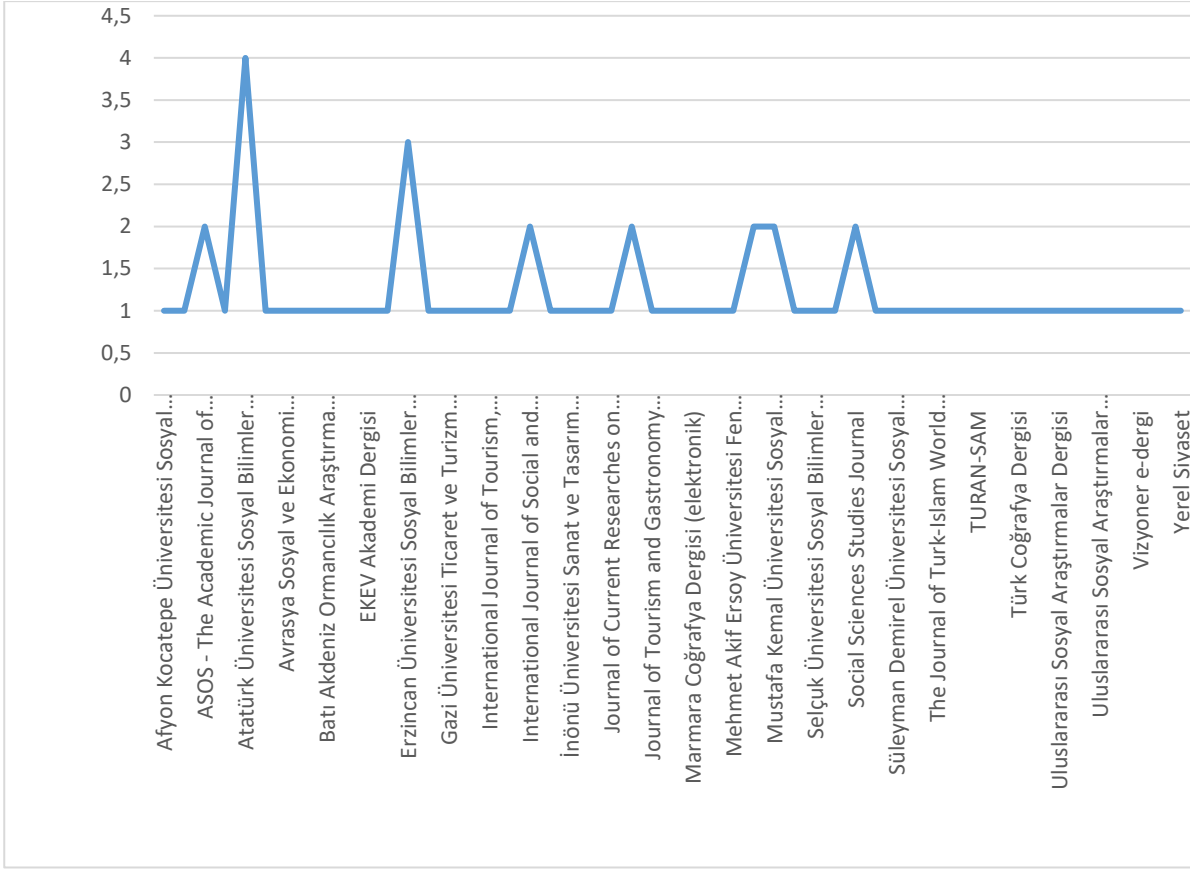
3.BULGULAR

Şekil 1’de alternatif turizm başlıklı makalelerin yayımlandığı yıllara ilişkin dağılım gösterilmektedir. İlgili çalışmaların en fazla (15 makale) 2017 yılında yayımlandığı görülmektedir. 2007-2008 yılları arasında artan makale sayısının 2015 yılına kadar belirgin düzeyde artmadığı ancak 2015 yılından sonra büyük artış olduğu görülmektedir. 2000, 2002, 2004, 2007 ve 2009 yıllarında 1 makale yayımlanmışken, bu sayı 2018 yılında 4 makaleye ulaşmıştır.



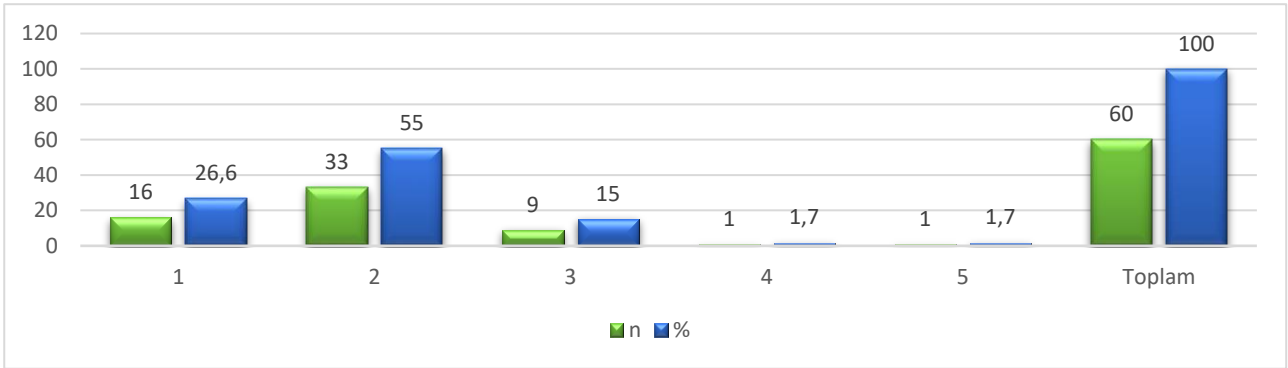
Şekil 1. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Alternatif turizm ile ilgili 60 makalenin hangi dergilerde yayımlandığı incelenmiş ve bu dağılım Şekil 2’de gösterilmiştir. Konu ile ilgili 51 farklı dergide makale yayımlanmıştır. Makalelerin en fazla yayımlandığı derginin 4 makale ile Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi olduğu tespit edilmiştir. Ardından 3 makale ile Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi bulunmaktadır. Üçüncü sırada ise 2 makale ile ASOS-The Journal of Academic Social Science (Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi), International Journal of Social and Economic Sciences, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Social Sciences Studies Journal dergileri yer almaktadır.



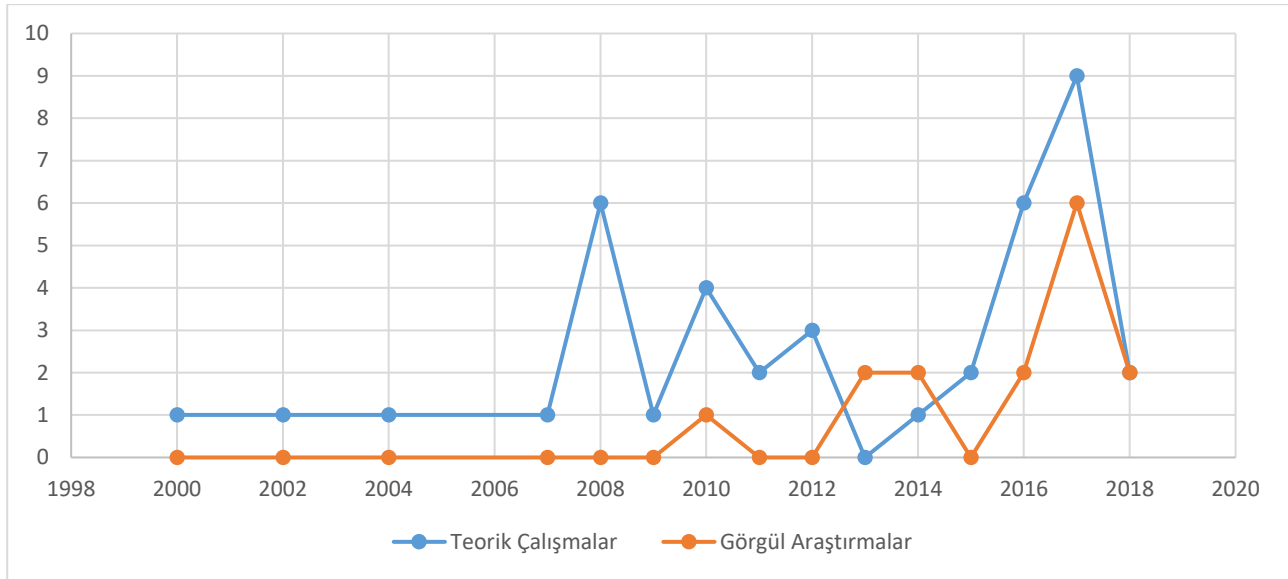
Şekil 2. Makalelerin Yayınlandığı Dergilere Göre Dağılımı

Şekil 3 alternatif turizm alanında yayımlanan makalelerdeki yazar sayılarını göstermektedir. 60 makalenin 33'ünün (%55) iki yazarlı olduğu görülmektedir. Tek yazarlı 16 makale, üç yazarlı 9 makale, dört yazarlı 1 makale ve beş yazarlı 1 makale olduğu tespit edilmiştir.



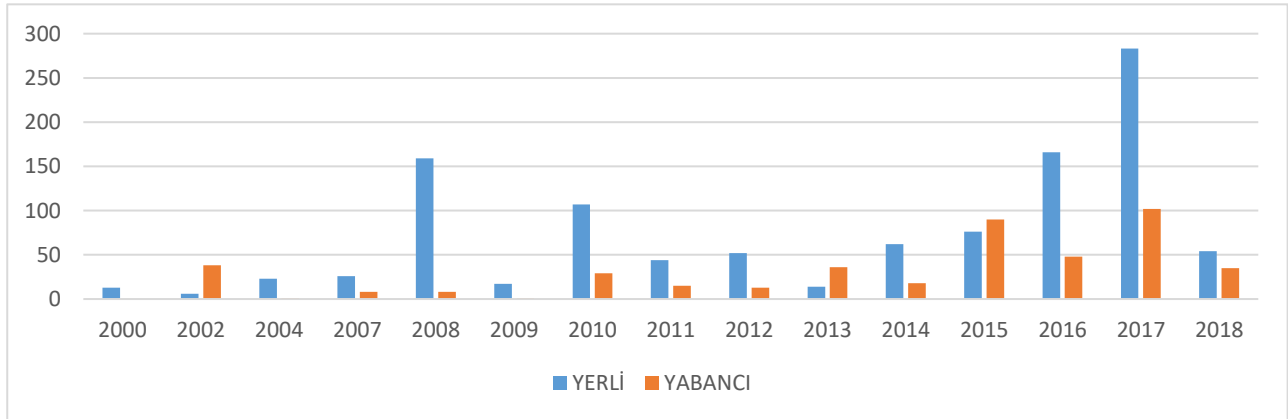
Şekil 3. Makalelerin Yazar Sayılarına Göre Dağılımı

Şekil 4'te makalelerin araştırma yaklaşımlarının yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. Alternatif turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir bölümünün teorik çalışmalardan (40 makale) oluştuğu, en fazla teorik çalışmanın (9 makale) ise 2017 yılında yapıldığı; daha sonra sırasıyla 2008 (6 makale), 2016 (6 makale) yıllarının izlediği görülmektedir. Diğer taraftan görgül çalışmaların 2010 yılından itibaren artmaya başladığı ve son yıllarda yavaş yavaş ivme kazandığı söylenebilir.



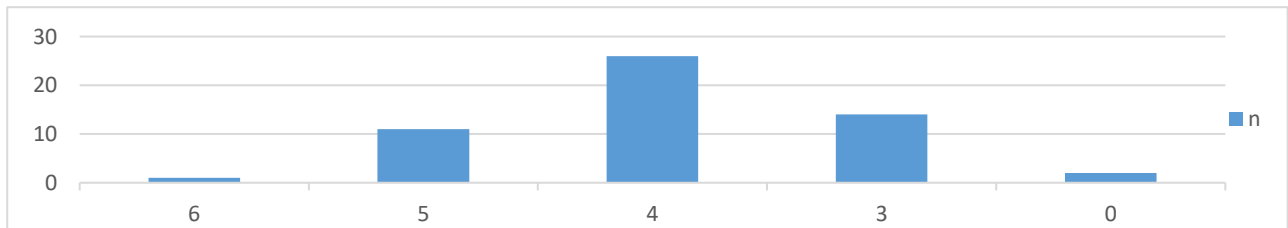
Şekil 4. Makalelerin Araştırmanın Yaklaşımlarının Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 5'te yer alan makalelerin kaynakça sayılarının yerli ve yabancı ayrımı yapılarak yıllara göre dağılımı gösterilmiştir. Kaynakça sayılarının yıllara göre dağılımları; yerli kaynak kullanımının (1064) yabancı kaynak kullanımına göre (434) daha fazla olduğunu göstermektedir. Yıllara göre dağılıma bakıldığında; yerli kaynakça kullanımının en fazla olduğu yılların 2017 (283 makale), 2016 (166 makale) ve 2008 (159 makale) olduğu görülmektedir. Yabancı kaynak kullanımında ise, 2017 (102 makale) ve 2015 (90 makale) yıllarının öne çıktığı tespit edilmiştir.



Şekil 5. Makalelerin Kaynakça Sayılarının Yıllara Göre Dağılımı

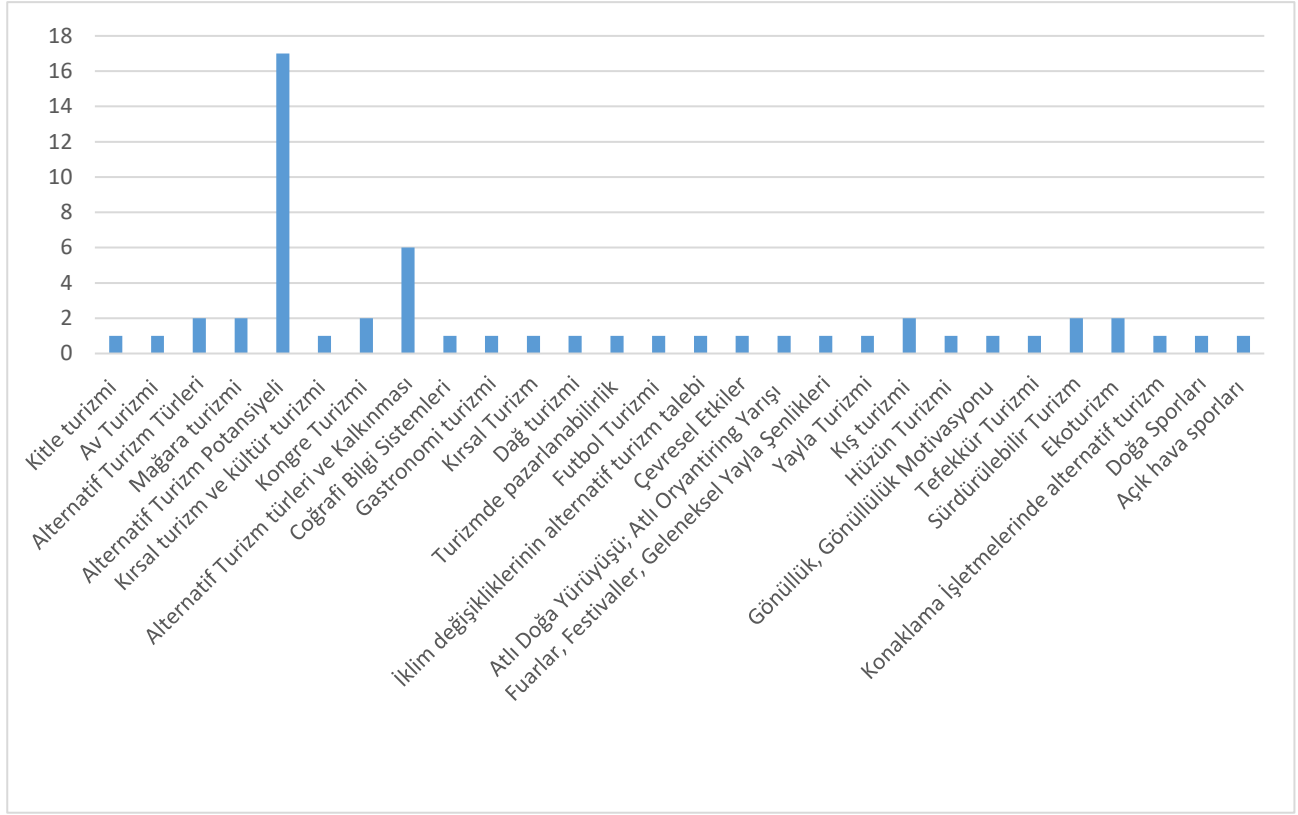
Şekil 6'da makalelerde kullanılan anahtar kelime sayıları görülmektedir. 26 makalede 4 adet anahtar kelime kullanıldığı tespit edilmiştir. 3 adet anahtar kelime kullanan 14 makale, 5 adet 11 makale, 1 adet 1 makale, hiç anahtar kelime kullanılmayan 2 adet makale bulunmaktadır.



Şekil 6. Makalelerin Anahtar Kelime Sayısına Göre Dağılımı

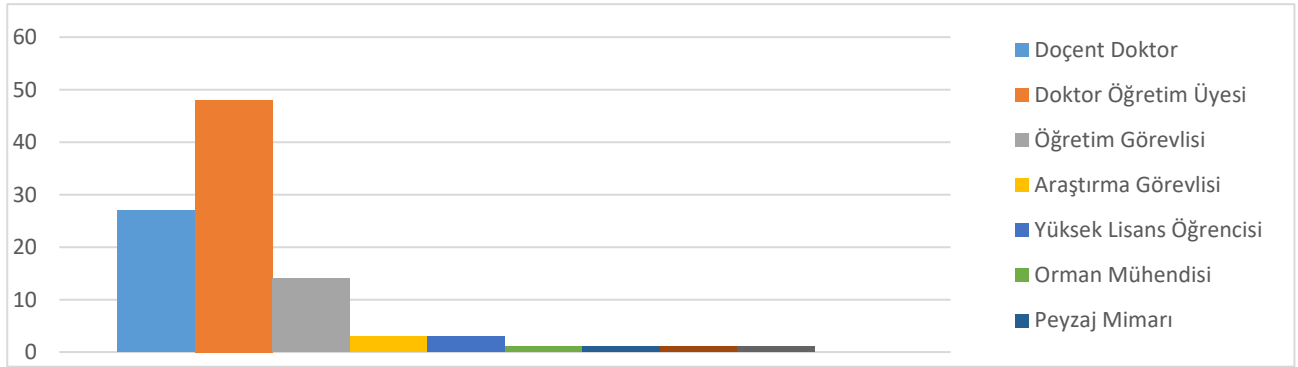
Şekil 7'de makalelerde çalışılan konular ele alınmıştır. Konu başlıkları genel bir yaklaşımla değerlendirilmiş, benzer konu başlıkları bir başlık altında toplanmıştır. Alternatif turizm alanında en çok ele alınan konuların başında "alternatif turizm potansiyeli" başlığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte alternatif

turizm ve kalkınma ilişkisi sıklıkla makalelere konu olmuştur. Alternatif turizm çeşitlerinin uygulanabilirliği ve bölge halkının turizme yönelik bakış açısı, tefekkür turizmi, futbol turizmi, atlı doğa yürüyüşü, hüzün turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, kırsal turizm, dağ turizmi, mağara turizmi, gastronomi turizmi, av turizmi, kongre turizmi de incelenen diğer konu başlıklarındandır.



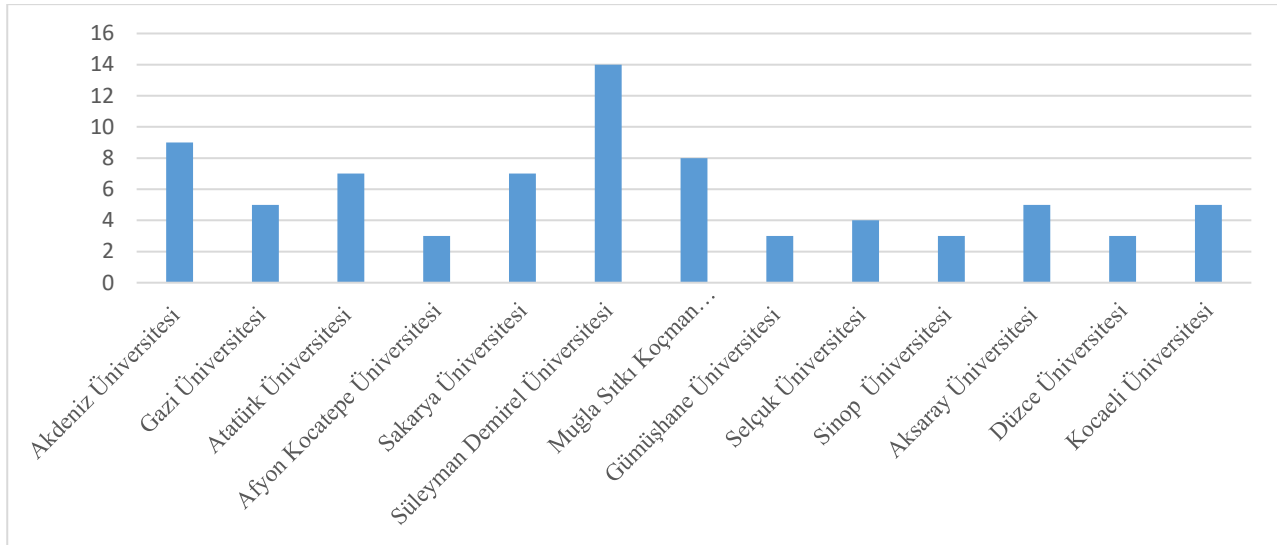
Şekil 7. Makalelerin İçeriklerine İlişkin Bulgular

Şekil 8’de makale yazarlarının unvanları incelenmiştir. İlgili çalışmaların en fazla Doktor Öğretim Üyesi unvanına sahip akademisyenler (48 kişi) tarafından yazıldığı görülmektedir. Doçent Doktor unvanına sahip akademisyenler (27 kişi) ise ikinci sırada yer almaktadır.



Şekil 8. Yazarların Unvanlarına Göre Dağılımı

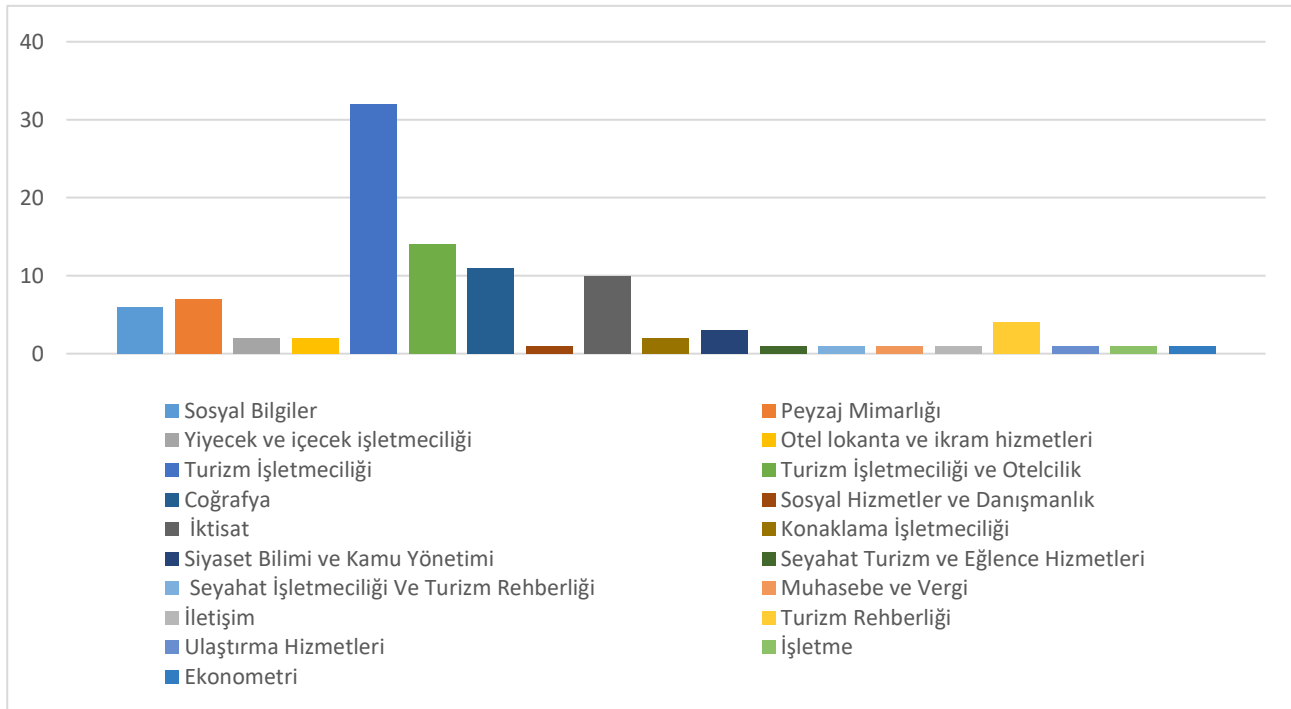
Şekil 9’da makale yazarlarının çalıştıkları kurumlara göre dağılımı görülmektedir. Alternatif turizm alanında yapılan çalışmaların 36 farklı kurumda çalışan yazarlar tarafından yapıldığı saptanmıştır. En fazla çalışmanın Süleyman Demirel Üniversitesi’nde (14 makale), daha sonra sırasıyla Akdeniz Üniversitesi (9 makale) ve Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi’nde (8 makale) görev yapan araştırmacılar tarafından yapıldığı görülmektedir.



* Yazarların çalıştıkları kurumlarda 3 ve üzerinde olanlar dikkate alınmıştır.

Şekil 9. Yazarların Çalıştığı Kurumlara Göre Dağılımı

Şekil 10'da makale yazarlarının çalıştıkları bölümlerin dağılımı yer almaktadır. Bulgulara göre, en çok Turizm İşletmeciliği (32 makale), Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik (14 makale) ve Coğrafya (11 makale) bölümünde çalışan akademisyenler tarafından çalışma yapıldığı görülmektedir.



Şekil 10. Yazarların Bölümlerine Göre Dağılımı

SONUÇ

Çalışmada, YÖK Akademik veri tabanında yer alan alternatif turizm başlıklı makalelerin bibliyometrik özellikler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Erişim sağlanan 60 makale belirli parametreler çerçevesinde incelemeye alınmıştır. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde, alternatif turizmin geliştirilmesi için varış noktaları arasındaki ulaşım ağının iyileştirilmesi ve seyahat olanaklarının geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmasının planlandığından bahsedilmektedir (www.kuzka.gov.tr). Alternatif turizmin geliştirilmesi hususundaki bu artan farkındalık, uygulama alanlarına paralel olarak literatürde de kendini göstermektedir. Nitekim araştırma bulguları da, alternatif turizm ile ilgili makalelerde 2015 yılından itibaren artış olduğunu göstermektedir. Literatürdeki bibliyometrik araştırmalar incelendiğinde; artışın yalnızca makalelerde değil, tez

ve bildirilerde de olduğu görülmektedir. Örneğin, Yılmaz (2017b) çalışmasında gastronomi alanında yapılan bildiri sayılarında giderek artış olduğunu belirtirken, Tayfun ve diğ., (2016:61-62) turizm alanında yazılan lisansüstü tezlerin 2007 yılından sonra artış gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Çalışma bulguları makalelerin en çok Turizm İşletmeciliği bölümlerinde görev yapan yazarlar tarafından yapıldığını gösterebilir, turizm alanı dışında, birçok farklı bölümde görev yapan araştırmacılarında konuya ilgi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum turizmin disiplinler arası bir özellik göstermesiyle açıklanabilir. Ayrıca alternatif turizm; kabul gören, gelişme gösteren, farklı turizm türlerini içine alan ve bu sebeple birçok farklı disiplinin alanına giren bir konu olması sebebiyle de diğer alanlardaki araştırmacılar tarafından ilgi çekici bir konu olarak görülmektedir. Böylelikle farklı alanlardaki araştırmacılar da konuyla ilgili makale yazma eğiliminde olabilmekte, çeşitlilik meydana gelmektedir. Aynı durum yapılan başka çalışmaların konularına da yansımış görünmektedir. Örneğin Aydın (2017), yiyecek-içecek alanında yapılmış tezlerin konulara göre dağılımlarını incelemiş, dokuz farklı alanda konu ile ilgili tez yazıldığını tespit etmiştir. Yazara göre, yönetim organizasyon ve üretim yönetimi/pazarlama en sık tez yazılan alanlar olurken, gıda mühendisliği, halk sağlığı ve mimarlık gibi alanlarda da azımsanmayacak sayıda tez üretilmektedir. Başka bir örnekle Güçlü Nergiz (2014), lisansüstü turizm tezlerini bibliyometrik yaklaşımla incelediği çalışmasında, Türkiye’de turizm konusunun farklı disiplinler tarafından da yoğun olarak çalışıldığını belirterek, özellikle coğrafya ve mimarlık konularına sıkça rastlandığını vurgulamaktadır.

Makale yazarlarının unvanlarına bakıldığında, makalelerin en çok Dr. Öğr. Üyesi unvanına sahip akademisyenler tarafından yazıldığı görülmektedir. Bu noktada bulgular, Erbaşı ve diğ. (2017) ve Şahin ve Acun’un (2015) çalışma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Bu durum Şahin ve Acun’un (2015) da belirttiği gibi, akademik yükselme kaygısının bu unvana sahip akademisyenler tarafından daha fazla hissedilmesi ve daha fazla yayın yapma çabasında olduklarıyla açıklanabilir.

Yerli ve yabancı kaynak kullanımına bakıldığında yerli kaynak kullanımının daha fazla olduğu ancak son yıllarda ise yabancı kaynak kullanımının ivme kazandığı görülmektedir. 2017 itibarı ile yabancı kaynak kullanımının artmış olması yabancı dil konusundaki gelişmelere ve uluslararası yayınlara erişimin kolaylaşmasına bağlanabilir.

Yazar sayısı ve çok yazarlılık durumu ele alındığında, 60 makalenin toplam 110 yazar tarafından yazıldığı ve makalelerin çoğunun iki yazarlı olduğu dikkat çekmektedir. Çalışmanın bu bulgusu Sandıkçı ve Mutlu’nun (2019) çalışma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Alternatif turizm literatürüne katkı sağlayan akademisyenlerin en fazla olduğu kurum Süleyman Demirel Üniversitesi olup ardından Akdeniz üniversitesi ve Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi gelmektedir. Makalelerin içerikleri incelendiğinde en fazla belli bölgelerin alternatif turizm potansiyellerinin ve alternatif turizm kalkınmasının konu edinildiği görülmektedir. Söz konusu bulgular, konu edinilen bu bölgelerin/şehirlerin ağırlıklı olarak makale yazarlarının çalıştıkları kurumların buldukları iller olduğunu göstermektedir. Araştırmacıların buldukları illerin alternatif turizm potansiyellerini belirleme eğilimleri, araştırmacılar için zaman ve maliyet yükünü azaltma, buldukları bölgelerin kalkınmasına fayda sağlama ve mevcut kaynaklara dikkat çekme gibi nedenlerle açıklanabilir.

Araştırmanın YÖK Akademik veri tabanında bulunan makalelerle sınırlı olması sebebiyle, farklı veri tabanlarında yer alan çalışmalar araştırma kapsamına alınamamıştır. Sonraki çalışmaların farklı veri tabanlarını da araştırmaya dâhil edilerek yapılması önerilebilir. Diğer taraftan araştırmanın yalnızca alternatif turizm başlıklı makaleler ile gerçekleştirilmesi bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Kitap, tez ve bildiriler de dâhil edilerek; daha kapsamlı bibliyometrik çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, Meryem, ve diğ., (2013). “Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), s. 7-22.
- Akoğlan Kozak, Meryem ve Sadık Bahçe, (2011) *Özel İlgi Turizmi*, 2. bs., Detay Yayıncılık, Ankara.
- Al, Umut ve Recai, Çoştur (2007) “Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili”, *Türk Kütüphaneciliği* 21(2), s. 142-163.
- Ardıç Yetiş, Şule ve Zeynep, Çokal (2018) “Kış Turizmi Alanında Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Profili”, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(1), 38-52.
- Aydın, Bülent, (2017). “Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi'nde (YÖKTEZ) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi”, *Disiplinlerarası Turizm Akademik Dergisi*, 2(1), s. 23-38.
- Barrios, Maite ve diğ., (2008) “A Bibliometric Study of Psychological Research on Tourism”, *Scientometrics*, 77(3), s. 453-467.
- Baytok, Ahmet ve diğ., (2017) “Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Erzsosde)*, ÖS-IV, s. 1-14.
- Bozok, Düriye, (2017) “Turizm Literatüründe Kırsal Turizmin Bibliyometrik Analizi” *Journal of Human Sciences*, 14(1), s. 187-202.
- Brohman, John (1996) “New Directions in Tourism for Third World Development”, *Annals of Tourism Research*, 23(1), s. 48-70.
- Cheng, Mingming, (2018) “A Tri-Method Approach To A Review of Adventure Tourism Literature: Bibliometric Analysis, Content Analysis, and A Quantitative Systematic Literature Review”, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(6), s. 997-1020.
- Christou, Loizos, (2012). “Is It Possible to Combine Mass Tourism with Alternative Forms of Tourism: The case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia”, *Journal of Business Administration Online*, 11(1), s. 1-8.
- Cohen, Erik, (1987). “Alternative Tourism”- A Critique,” *Tourism Recreation Research*, 12(2), s. 13-18.
- Çeken, Hüseyin, ve diğ., (2012) “Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), s. 11-16.
- Çetinkaya, Bozkurt, Özlem ve Ali Çetin, (2016) “Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(2), s. 229-263.
- Çiçek, Dönüş ve Kozak, Nazmi, (2012) “Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili”, *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), s. 734-756.
- Duran, Erol ve Emrah Özkul, (2018) “Değişen Dünya Turizminde Yeni Alternatifler” (Ed.) Erol Duran ve Özlem Sertkaya Doğan, *Türkiye Turizm Coğrafyası, Paradigma Akademi, Çanakkale*.
- Erbaşı, Ali, ve diğ. (2017). “Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20(2), s. 206-214.
- Erdoğan, Nazmiye (2003) “Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme”, *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, 3-4 Mayıs, s. 133-139.
- Güçlü Nergiz, Hatice, (2014) “Türkiye'de Lisansüstü Turizm Tezlerinin Bibliyometrik Profili (1990-2013)”, VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Nisan 04-05, Kuşadası, Aydın.
- Güzeller, Cem Oktay ve Nuri Çeliker, (2017) “Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz”, *Journal of Tourism and Gastonomy Studies*, 5(2), s. 88-102.
- Hall, Michael C., (2011) “Publish and Perish? Bibliometric Analysis, Journal Ranking and The Assessment of Research Quality in Tourism”, *Tourism Management*, 32, s. 16-27.
- Isaac, Rami Khalil, (2010) “Alternative Tourism: New Forms of Tourism in Bethlehem for The Palestinian Tourism Industry”, *Current Issues in Tourism*, 13(1), s. 21-36.
- Jimenez-Caballero, Jose Luis ve Silvia Polo, Molina, (2017) “A Bibliometric Analysis of The Presence of Finances in High-Impact Tourism Journals”, *Current Issues in Tourism*, 20(3), s. 225-232.
- Jovicic, Dobrica, (2016). “Cultural Tourism in The Context of Relations Between Mass and Alternative Tourism”, *Current Issues in Tourism*, 19(6), 605-612.
- Kılıç, Burhan ve Alper Kurnaz, (2010) “Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), s. 39-56.
- Kısa Ovalı, Pınar, (2007) “Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması”, *Megaron Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E Dergisi*, 2(2), s. 64-79.
- Leung, Xi Y. ve diğ., (2017) “Bibliometrics of Social Media Research: A Co-Citation and Co-Word Analysis”, *International Journal of Hospitality Management*, 66, s. 35-45.
- Macleod, D. V. L. (2005). *Alternative tourism: a comparative analysis of meaning and impact*. (123-139). İçinde *Global Tourism*, (Ed.) William F. Theobald. Elsevier Science. Burlington,.
- Mulet-Forteza, Carles, ve diğ., (2018) “Twenty Five Years of The Journal of Travel & Tourism Marketing: A Bibliometric Ranking”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(9), s. 1201-1221.
- Özel, Çağıl Hale ve Nazmi Kozak, (2012) “Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması”, *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), s. 715-733.

- Pritchard, Alan, (1969) "Statistical Bibliography or Bibliometrics", *Journal of Documentation*, 25(4), s. 348-349.
- Roney, Akış, Sevgi, (2011) *Turizm Bir Sistemin Analizi*, 2. bs., Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ruhanen, Lisa ve diğ., (2015) "Trends and Patterns in Sustainable Tourism Research: A 25-Year Bibliometric Analysis", *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), s. 517-535.
- Sanchez, Amador Duran ve diğ., (2017) "Bibliometric Analysis of Publications on Wine Tourism in The Databases Scopus and WoS", *European Research on Management and Business Economics*, 23, s. 8-15.
- Sandıkçı, Mustafa ve Hülya Mutlu (2019) "Gastronomi Alanında Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Profili (2013-2017)", *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(33), s. 32-42.
- Strandberg, Carola ve diğ., (2018) "Tourism Research in the New Millennium: A Bibliometric Review of Literature in Tourism and Hospitality Research", *Tourism and Hospitality Research*, 18(3), s. 269-285.
- Şahin, Seda ve Aysen Acun (2015) "Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri)", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(34), s. 213-234.
- Tayfun, Ahmet ve diğ., (2016) "Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz", *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, s. 50-69.
- Triarchi Eirini ve Karamanis, Kostas, (2017a) "The Evolution of Alternative Forms of Tourism: A Theoretical Background", *Business & Entrepreneurship Journal*, 6(1), s. 39-59.
- Triarchi, Eirini ve Karamanis, Kostas, (2017b) "Alternative Tourism Development: A Theoretical Background", *World Journal of Business and Management*, 3(1), s. 35-54.
- Ulu, Saniye ve Mustafa Akdağ, (2015) "Dergilerde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği", *Selçuk İletişim*, 9(1), s. 5-21.
- Uluslan, Yeliz ve Orhan Batmaz, (2010) "Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, s. 243-260.
- Yılmaz, Gökhan (2017a) "Restoranlarda Bahşiş İle İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), s. 65-79.
- Yılmaz, Gökhan (2017b) "Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanı İle İlgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma", *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), s. 23-38.
- Zencir, Ebru ve Nazmi Kozak, (2012) "Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergilerinde Yayımlanan Turizm Makalelerinin Bibliyometrik Profili", VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi Nisan 12-15, Antalya.
- Zengin, Burhanettin ve Muhammet Fatih Sancar, (2014) "Alternatif Turizm Türlerinin Pazarlanabilirliği ve Seyahat Acentalarının Bakış Açuları: Şanlıurfa Örneği", *Bartın Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 5(10), s. 141-160.
- Zupic, Ivan ve Tomaz Cater, (2015) "Bibliometric Methods in Management and Organization", *Organizational Research Methods*, 18(3), s. 429-472.
- https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf, Erişim Tarihi: 04.09.2019.

Türkiye Hayat Sigortası Piyasasında Yoğunlaşma İle Etkinlik Arasındaki İlişki

Relationship Between Concentration And Effectiveness In The Turkish Life Insurance Market

Arif İĞDELİ*
İbrahim BAKIRTAŞ**

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, 2009-2018 döneminde aylık verilerden yararlanarak Türkiye hayat sigortası piyasasında yoğunlaşmanın piyasa büyümesi üzerindeki etkisini incelemektir. Bu çalışmada piyasa yoğunlaşmasının ölçümünde CR_4 , HHI ve Entropi indeksleri kullanılmıştır. Johansen eşbütünleşme testi bulgularında Türkiye hayat sigortası piyasasında yoğunlaşma ile piyasa büyümesi arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca DOLS, FMOLS ve CCR tahmin bulgularına göre HHI ve CR_4 değerleri ile piyasa büyümesi arasında negatif yönlü ilişki bulunurken, Entropi değerleri ile piyasa büyümesi arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Analizden elde edilen bu bulgular SCP yaklaşımında öne sürülen yoğunlaşma ile piyasa büyümesi arasındaki negatif yönlü ilişkiyi doğrulamaktadır. Bu bulgulara göre hayat sigortası piyasasında etkinliğin geliştirilmesi için rekabeti destekleyici politikaların üretilmesi gerekmektedir.

ANAHTAR KELİMELELER

Yoğunlaşma, Hayat Sigorta Piyasası, Piyasa Büyümesi, DOLS, FMOLS

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the impact of concentration on the market growth in the Turkey life insurance market, benefiting from 2009-2018 monthly data. CR_4 , HHI and Entropi indices were used in the measurement of market concentration in this research. A significant relationship was found between concentration and market growth in the long term in the analysis of Johansen co-integration test findings. In addition, according to DOLS, FMOLS and CCR estimation findings, there is a negative correlation between HHI and CR_4 values with market growth, while there is a positive relationship between entropy values and market growth. These findings obtained from the analysis confirm the hypothesis of the existence of a negative correlation between market growth and the concentration proposed in the Traditional Structure-Behavior-Performance approach. According to these findings, in order to effectiveness in the life insurance market, policies supporting competition should be produced.

KEYWORDS

Concentration, Life Insurance Market, Market Growth, DOLS, FMOLS

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date 29.07.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 07.11.2019 |
|---|--|
| Atıf | İğdeli, A. ve Bakırtas, İ. (2019). Türkiye Hayat Sigortası Piyasasında Yoğunlaşma İle Etkinlik Arasındaki İlişki. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 825-839. |

* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, arifigdeli@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5926-425X

** Prof. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ibakirtas@aksaray.edu.tr, ORCID:0000-0003-0945-2823

GİRİŞ

İnsanoğlu, tarihin başlangıcından bu yana risk ve tehlikelere karşı kendini korumaya çalışmıştır. İnsanoğlunun bu çabası sigortacılık sektörünün dogmasına yol açmıştır (Akın ve Nalan, 2013: 90). Sigorta, ticari bir organizasyon aracılığıyla aynı risk ve tehlike altında bulunan kişilerin bir araya gelerek, gelecek dönemde meydana gelebilecek risk ve tehlikelerden doğacak olan zararların önceden yapılan ödemeler karşılığında güvence altına alınmasıdır (Güvel ve Güvel, 2012: 24). Kısaca; sigorta, risk ve tehlikelere karşı satın alınan bir koruma aracıdır. Sigorta, hayat dışı sigorta ve hayat sigortası olmak üzere ikiye ayrılır. Hayat dışı sigorta, mülk ve zayıat gibi risk transferi ile ilgili alanları kapsar. Hayat sigortası ise ölüm veya sakatlık gibi kontrol dışı nedenlerle önceden belirlenmiş nakit akışının zamanlamasında ve büyüklüğünde meydana gelecek sapmaları kapsar (Bikker ve Leuvensteijn, 2008: 2065). Hayat sigortası, sözleşmesinde poliçe sahibi tarafından belirlenen kişilere veya yasal mirasçılara, sigortalının ölümü üzerine önceden belirlenmiş miktarda para ödemesi beklenen bir sözleşme olarak kabul edilir (Alhassan, vd., 2015: 651). Ertelenmiş tüketim olarak da tanımlanan hayat sigortası, insanlara ölüm veya hastalık gibi beklenmedik durumlarda finansal kaynaklar sağlar. İnsanların zamanlar arasında tüketimi düzleştirme isteği, miras ve vergi avantajları gibi motivasyonlar hayat sigortası sektörünün her geçen gün daha çok gelişmesine neden olmaktadır. Bu temel motivasyonlar hanehalkı üyelerinin gelir akımı konusunda kendilerini güvence altına alma gayretlerinden doğmuşlardır. Bu nedenle verimli işleyen bir hayat sigortası piyasası, toplumun zenginliğin korunmasına da katkı sağlayacaktır (Brekesova, vd., 2016: 29). Hayat sigortası satın alacak alıcı türüne ve ikame edilemezlik derecelerine bağlı olarak üçlü sınıflandırmaya tabi tutulabilir: (1) Normal hayat sigortası, (2) Grup hayat sigortası ve (3) Endüstriyel hayat sigortası. Normal hayat sigortası piyasasında alıcının ürün hakkında bilgisi ve pazarlık gücü düşüktür. Grup hayat sigortası ve endüstriyel hayat sigortası piyasasında ise alıcıların ürün hakkında bilgi düzeyi ve pazarlık gücü yüksektir (Cummins, vd., 1972: 178). Hangi tür olursa olsun sigorta piyasasının etkinliğini belirleyen iki temel unsur vardır. Bunlardan ilki asimetrik bilgi düzeyidir. Asimetrik bilgi arttıkça piyasanın etkinliği azalmaktadır. İkincisi ise ekonomik kaynak ve faaliyetler toplamının büyük bir kısmının, piyasadaki az sayıda birim tarafından kontrol edilmesi veya sahiplenilmesi şeklinde tanımlanan piyasanın yoğunlaşma düzeyidir (Yıldırım vd., 2016:21). Piyasa yoğunlaşma düzeyinin piyasanın etkinliği üzerindeki etkisi mevcut literatürde yer alan üç temel hipotezin hareket noktası olmuştur. Bunlar Geleneksel Yapı- Davranış- Performans (SCP) hipotezi, Etkin Yapı (ES) hipotezi ve Göreceli Pazar Gücü (RMP) hipotezidir.

SCP hipotezine göre piyasa yoğunlaşması ile piyasa etkinliği arasında doğrudan bir ilişki vardır. Piyasa etkinliğini; Çelik ve Kaplan (2007), Njegomir ve Stojic(2011), Pervan ve Kremaric (2012), Akel vd. (2016) gibi araştırmacılar karlılık; Fenn vd. (2008) gibi araştırmacılar verimlilik; Eissen (1991), Kozak (2011), Alhassan (2015), Cummins vd. (2017), Dimic vd. (2018) gibi araştırmacılar ise piyasa büyümesi gibi faktörlerle ölçmektedirler. SCP hipotezi, piyasa yoğunlaşması ile karlılık arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını, piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasında ise negatif yönlü bir ilişkinin varlığını savunmaktadır. SCP hipotezine göre uygun piyasa yoğunluğu seviyesi, rekabet için doğru koşulları sağladığı ve piyasa büyümesini hızlandırdığı için finansal kurumların işleyişini önemli ölçüde pozitif yönlü etkilemektedir. Sonuç olarak; şirketler daha rekabetçi hale gelecek ve müşteriler de sigorta kapsamı dâhilinde daha kaliteli ürün ve hizmetler elde edeceklerdir (Kozak, 2011: 41). Bu hipotezin teorik görüşleri, daha sonra ES hipotezi ile sorgulanmıştır. ES hipotezi, piyasa yoğunlaşması sonucunda pazar payı artan firmaların düşük fiyatlandırma ile daha yüksek satışlar üreteceğini savunmaktadır. Bu hipoteze göre piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (Alhassan, vd., 2015: 649). ES hipotezi de daha sonra RMP paradigması olan alternatif bir görüşle sorgulanmış ve geliştirilmiştir. Bu hipoteze göre tüketiciler, büyük firmaların ürünlerini küçük firmaların ürünlerinden ayırmaktadırlar. Piyasada ürün farklılaşması gerçek olmak zorunda değildir, sadece ürün farklılaşmasının algılanması gerekir. Tüketiciler kalitenin göstergesi olarak pazar liderinin konumuna güvenebilir ve arama maliyetlerinden tasarruf edebilirler. RMP hipotezine göre piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki ilişkinin yönü piyasadaki lider firmanın piyasa payına bağlıdır (Choi ve Weiss, 2005: 636). Gelecek vaat eden riskler ve tehlikelere karşı güvence olarak görülen hayat sigorta piyasasının Türkiye'deki gelişiminde bu hipotezlerden hangisinin geçerli olduğu araştırmanın temel motivasyon unsurudur. Bu temel motivasyona bağlı olarak araştırmanın üç amacı vardır. Bunlardan ilki Türkiye'de hayat sigortası piyasasının yoğunlaşma düzeyini belirlemektir. İkincisi Türkiye'de hayat sigortası piyasasında son on yılda görülen büyümenin piyasa yoğunlaşmasından kaynaklanıp kaynaklanmadığını tespit etmektir. Üçüncüsü ise Türkiye'de hayat sigortası piyasasında yoğunlaşma ile piyasa büyümesi arasındaki ilişkiyi temel hipotezler bağlamında tartışmaktır. Araştırmanın birinci amacı için piyasa yoğunlaşmasını hesaplamada yoğun olarak kullanılan üç indeksten yararlanılmaktadır. İkinci amacı için elde edilen piyasa

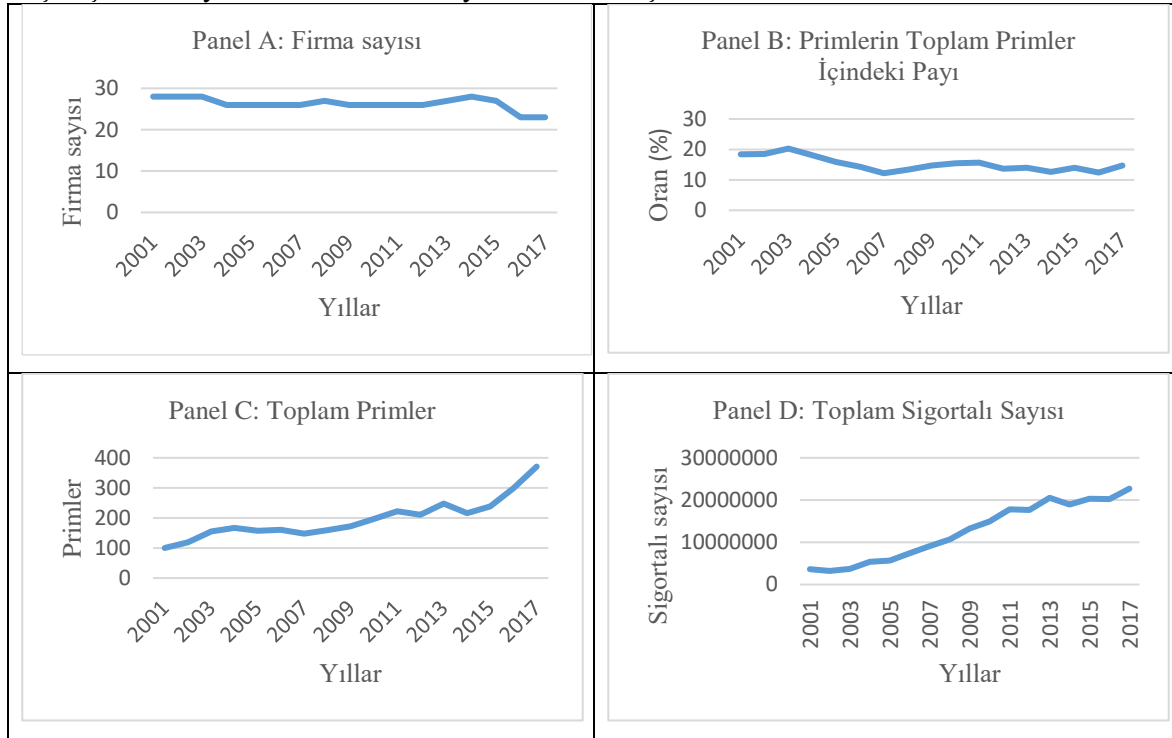
yoğunlaşma düzeyleri ile piyasa düzeyleri arasındaki uzun dönemli ilişki Johansen eşbütünleşme yöntemi ile tespit edilmiştir. Tespit edilen uzun dönemli ilişkinin tahmininde de Dinamik En Küçük Kareler (DOLS), Düzeltilmiş En Küçük Kareler (FMOLS) ve Kanonik Eşbütünleşme Regresyonu (CCR) yöntemlerine başvurulmuştur. Son amacı için ise bulgular bağlamında mevcut literatürdeki SCP, ES ve RMP hipotezlerinden hangisinin Türkiye hayat sigortası piyasası için geçerli olduğu tartışılmaktadır.

Motivasyonun ve buna bağlı olarak amaçların yer aldığı giriş, genel değerlendirme ve tartışmaların yer aldığı sonuç bölümü hariç, araştırma dört bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takiben birinci bölümde Türkiye’de hayat sigortası piyasasının genel görünümüne ve piyasanın yoğunlaşma düzeyinin ölçülmesine yer verilmektedir. İkinci bölümde araştırmamıza rehberlik edecek alan yazını tanıtılmış ve ayrıca araştırmamızın özgün değeri belirtilmektedir. Üçüncü bölümde analizde kullanılacak olan veriler ve tahmin yöntemleri tanıtılmaktadır. Takip eden bölümde ise araştırmanın analizlerine ve bulgularına yer verilmektedir. Son bölümde ise bulgulara bağlı olarak sonuç ve değerlendirmenin yanında araştırma kısıtlarına da yer verilmektedir. Ayrıca bu bölümde hem politika yapıcılara hem de gelecekte bu konuyu çalışacak olan araştırmacılarına öneriler sunulmaktadır.

1. TÜRKİYE’DE HAYAT SİGORTASI PİYASASININ GENEL GÖRÜNÜMÜ VE PİYASANIN YOĞUNLAŞMA DÜZEYİ

Türkiye, küresel düzeyde faaliyet gösteren hayat sigortası şirketleri için önemli piyasalardan biridir. Çünkü yüksek nüfus artışı, her geçen gün artan ortalama yaşam beklenti süresi ve hanehalkı gelir düzeyinin ortalama olarak yükselen bir seyir izlemesi gibi özelliklerinden dolayı Türkiye, gelecekte de hayat sigorta sektörünün aynı ivmeyle büyüme göstermesi beklenen bir ekonomidir. Türkiye’de 2000 yılından sonra hayat sigortası piyasasında faaliyete bulunan firma sayısı, hayat sigortası primlerinin toplam sigorta primleri içindeki payı, hayat sigortası primleri ve hayat sigortası yaptıran insanların sayısı gibi hayat sigortası şirketlerinin yakından takip ettiği göstergeler üzerinden bu piyasanın görünümü hakkında genel bir değerlendirme yapılacaktır. Bu seçilmiş göstergelerin yer aldığı grafikler Şekil 1’deki dört panel yardımıyla resmedilmektedir.

Şekil 1 Panel A’ya göre 2001-2015 döneminde firma sayıları doğrusal bir trend eğiliminde değildiler. Aksine bu dönemde firma sayıları yüksek düzeyde olmasa da dalgalanma göstermektedir. Ancak ilginç olan 2016 yılından sonra piyasadaki firma sayısında keskin bir düşüş gözlenmektedir. 2016 yılında firma sayısı 23’e düşmüş ve ilerleyen dönemde firma sayısı 23’te kalmıştır.



Şekil 1: 2000’den sonra Türkiye’de hayat sigortası piyasasının temel göstergeleri

Panel B’de resmedilen hayat sigortası primlerinin toplam sigorta primleri içindeki payı da panel A’daki gibi bir seyir izlemektedir. İster istemez bu iki panel yukarıda ifade edilenlerle zıtlık gösterse de, panel C ve panel D, bu piyasanın Türkiye için neden yükselen bir alan olduğu hakkında ipuçları verecektir. Hayat sigortası

piyasasında faaliyet gösteren firmalar için prim toplamları ve sigortalı sayısının trend olarak pozitif ve artan bir ivme kazandığı görülmektedir. Bu beklenti panel A'daki görünümün bir nedeni olabilir. Panel A'daki görünümün bir diğer nedeni de piyasaya giriş engelleri olabilir. Benzer şekilde sigorta piyasasının hızla geliştiği Türkiye'de diğer sigorta piyasalarının daha hızlı gelişmesi bu piyasadaki yoğunluk düzeyinin bir nedeni olarak ileri sürülebilir.

Günümüz sigorta piyasasındaki rekabetin önemli göstergelerinden biri piyasa yoğunlaşmasıdır. Yoğunlaşma, piyasada bulunan ekonomik faaliyetler ve kaynakların çoğunluğunun piyasada yer alan az sayıda iktisadi ajan tarafından kontrol edilmesi ya da sahiplenilmesi olarak ifade edilmektedir. Piyasanın yoğunlaşmasının ölçümünde kullanılan en eski ve en basit yöntem piyasadaki firma sayısının tespit edilmesidir. Bu yöntemle göre piyasadaki firma sayısı arttıkça yoğunlaşma azalmaktadır (Yıldırım, vd., 2016: 37-38). Ancak bu yöntem piyasadaki firmaların piyasa paylarına dair yeterince bilgi sunmadığından dolayı araştırmacılar tarafından kullanışlı bir yöntem olarak görülmemektedir. Bu yöntem yerine piyasa yoğunlaşması, genellikle pazardaki firmaların bir kısmının veya tamamının piyasa payları üzerinden ölçülmektedir. Endüstrinin piyasa yoğunlaşmasını ölçmede kullanılan en yaygın yöntem, CR_n , endüstride yer alan en büyük n firmanın piyasa paylarının toplamının hesaplanmasıdır (Carlton ve Perloff, 2000: 247).

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

Bu yöntemde yoğunlaşma oranı en büyük n firmanın piyasa paylarının toplamını göstermektedir. Denklemde yer alan S_i , firmaların piyasa paylarını temsil etmektedir. CR_n yönteminde n değerinin belirlenmesinde karara bağlanmış bir kesinlik ölçütü bulunmamaktadır. Ancak literatürde çoğunlukla CR_4 ve CR_8 tercih edilmektedir. Ayrıca bu tercih ölçüm yönteminin en dezavantajlı yönüdür (Kostakoğlu, 2015: 32). CR_n yönteminin bir diğer dezavantajı ise endüstrideki tüm firmaları dikkate almaması, sadece en büyük firmaların piyasa paylarını yansıtmasıdır (Yıldırım, vd., 2016: 41). Piyasadaki en büyük 4 firmanın piyasa payının hesaplanmasının ardından piyasa için piyasa yoğunlaşma düzeyi, %30'dan düşük olursa düşük derecede yoğunlaşmadan, %31 ile %50 arasında değer alırsa orta derecede yoğunlaşmadan, %51 ile %70 arasında değer alırsa yüksek derecede yoğunlaşmadan ve %70'ten yüksek olursa çok yüksek derecede yoğunlaşmadan söz edilebilir (TUİK, 2014). Literatürde CR_8 indeksinin kullanıldığı bazı ampirik araştırmalarda CR_4 indeksinin yorumlanmasında kullanılan %50 düzeyinin, CR_8 indeksinin yorumlanmasında %70'e karşılık geldiği belirtilmektedir (Yıldırım, vd., 2016: 41).

Endüstri yoğunlaşmasının ölçümünde sıklıkla tercih edilen bir diğer yöntem de Herfindahl- Hirschman indeksidir. Herfindahl- Hirschman indeksi, CR_n indeksinin aksine piyasadaki büyük ve küçük tüm firmaları dikkate almaktadır. Yoğunlaşmanın ölçümü piyasada yer alan firmaların piyasa paylarının karelerinin toplamı alınarak hesaplanmaktadır. Piyasadaki firmaların piyasa paylarının karelerinin alınmasından dolayı piyasada faaliyette bulunan büyük firmaların katkısı, küçük firmaların katkısına göre daha fazla olacaktır. Bu yüzden indeks piyasa payı küçük olan firmalara karşı büyük firmalara daha duyarlıdır (Çermikli, 2014: 21).

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Birleşik Devletlerde, şirket birleşmelerinin değerlendirilmesinde bu indeksten yararlanılmaktadır. HHI indeksi ile hesaplanan piyasanın yoğunlaşma oranı 1000'in altında değer alırsa yoğunlaşmamış piyasa, 1000 ile 1800 arasında değer alırsa orta düzeyde yoğunlaşmış piyasa ve 1800'ün üzerinde değer alırsa yüksek düzeyde yoğunlaşmış piyasa olarak nitelendirilmektedir (Ünsal, 2010: 475). CR_n ve HHI kadar yaygın olmasa da endüstri yoğunlaşmasının ölçümünde kullanılan bir diğer indekste Entropi indeksidir. Bu indeks genel olarak piyasadaki firmaların karşı karşıya kaldığı belirsizliğin derecesini ölçmede kullanılır (Parida, vd., 2016: 124). Entropi indeksi piyasa yoğunlaşmasının ölçümünde ağırlıklı toplam yöntemini esas alır. Ancak bu durumda ağırlıklar firmaların pazar paylarıyla ters orantılıdır. Ağırlıklar, firmaların paylarının karşılıklarının doğal logaritmalarıdır (Lipczynski, vd., 2017: 274).

$$EI = \sum_{i=1}^n S_i \log_e \left(\frac{1}{S_i} \right)$$

HHI'dan farklı olarak Entropi indeksi piyasadaki firmalar arasındaki eşitsizliği de dikkate almaktadır. EI'nin aldığı değer 0 ise piyasada tam yoğunlaşma görülmektedir. Entropi katsayısı 0'a yaklaştıkça piyasada yoğunlaşma düzeyi artarken, 0'dan uzaklaştıkça yoğunlaşma düzeyi azalmaktadır. Entropi indeksinin HHI ve CR_n indekslerine göre tercih edilme sebebi firma sayısındaki değişmelerin yoğunlaşma üzerindeki etkisini ölçmedeki başarısıdır (Çermikli, 2014: 21). HHI ve CR_n indekslerine göre dezavantajlı yönlerinden birisi hesaplanmasının ve yorumlanmasının karmaşık olmasıdır (Dilek, 2017: 58). Diğerleri ise Entropi indeksinin maksimum değerinin firma sayısına bağlı olmasından dolayı farklı büyüklüklerdeki sektörler için karşılaştırılmasının zorluğudur. Ancak, maksimum değeri firma sayısına bağlı olmayan standart bir entropi katsayısı tanımlanarak bu zorluk ortadan kaldırılmaktadır. Entropi değerlerinin firma sayısının logaritmasının

çarpımı ile elde edilen bu katsayı nispi entropi katsayısı (RE) olarak adlandırılmaktadır. RE, 0 ile 1 arasında değer almaktadır. RE değerleri 0'a yaklaştıkça piyasanın yoğunlaşma düzeyi artmakta, RE değerleri 1'e yaklaştıkça piyasanın yoğunlaşma düzeyi azalmaktadır (Lipczynski vd., 2017 :275).

Türkiye'de hayat sigortası piyasasının yoğunlaşmasının ölçümünde CR_4 , CR_8 , HHI, Entropi ve Nispi Entropi indekslerinden faydalanılmış ve elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Türkiye'de Hayat Sigorta Piyasasının CR_4 , CR_8 , HHI, Entropi ve Nisbi Entropi İndeksi ile Hesaplanan Yoğunlaşma Oranları

| Yıllar | Firma Sayısı | CR_4 Değerler | CR_4 İndeksine Göre Piyasanın Yoğunlaşma Düzeyi | CR_8 Değerler | CR_8 İndeksine Göre Piyasanın Yoğunlaşma Düzeyi | HHI Değerler | HHI'ya Göre Piyasanın Yoğunlaşma Düzeyi | EI Değerler | RE Değerler |
|--------|--------------|-----------------|---|-----------------|---|--------------|---|-------------|-------------|
| 2009 | 26 | 62.904 | Yüksek | 80.160 | Yüksek | 1373.392 | Orta | 2.406 | 0.739 |
| 2010 | 26 | 61.181 | Yüksek | 79.226 | Yüksek | 1316.543 | Orta | 2.454 | 0.753 |
| 2011 | 26 | 58.752 | Yüksek | 79.043 | Yüksek | 1347.386 | Orta | 2.455 | 0.754 |
| 2012 | 26 | 52.664 | Yüksek | 77.045 | Yüksek | 1019.049 | Orta | 2.575 | 0.790 |
| 2013 | 27 | 52.078 | Yüksek | 76.857 | Yüksek | 1050.346 | Orta | 2.558 | 0.776 |
| 2014 | 28 | 49.399 | Orta | 74.336 | Yüksek | 903.332 | Düşük | 2.619 | 0.786 |
| 2015 | 27 | 47.390 | Orta | 73.544 | Yüksek | 861.943 | Düşük | 2.642 | 0.802 |
| 2016 | 23 | 48.296 | Orta | 74.708 | Yüksek | 963.217 | Düşük | 2.588 | 0.825 |
| 2017 | 23 | 46.211 | Orta | 73.242 | Yüksek | 918.380 | Düşük | 2.612 | 0.833 |
| 2018 | 23 | 44.320 | Orta | 72.158 | Yüksek | 858.185 | Düşük | 2.646 | 0.844 |

Tablo 1'deki CR_4 indeksinin değerlerine göre Türkiye'de hayat sigortası piyasasında 2009-2013 döneminde yüksek düzeyde yoğunlaşma söz konusu iken, 2014-2018 döneminde yoğunlaşma orta düzeye gerilemiştir. Bu yoğunlaşma oranları 2009-2013 döneminde piyasada rekabetin az olduğuna ve piyasanın oligopolistik yapı özelliği gösterdiğine işaret ederken, 2014-2018 dönemine ait yoğunlaşma oranları piyasadaki rekabetin arttığına ve piyasanın monopolcü rekabet yapısına göre faaliyet gösterdiğine işaret etmektedir. Ayrıca CR_4 indeks değerleri 2009-2018 döneminde genel bir düşüş eğilimi göstermektedir. 2009 yılında yoğunlaşma oranı % 62.9 seviyesinde iken bu oran 2018 yılında % 44.3'e gerilemiştir. Tablo 1'deki bir diğer yoğunlaşma düzeyi hesaplama yöntemi CR_8 indeksidir. Hesaplanan CR_8 değerleri beşinci sütunda gösterilmektedir. CR_8 indeksinin değerlerine göre ise Türkiye'de hayat sigortası piyasasında 2009-2018 döneminde yüksek düzeyde yoğunlaşma tespit edilmiştir. Bu yoğunlaşma oranlarına göre 2009-2018 döneminde piyasada rekabet düzeyi düşüktür ve piyasa yapısı oligopolistiktir. CR_4 indeksinin değerleri gibi CR_8 indeksinin değerlerinde de 2009-2018 döneminde genel bir düşüş eğilimi gözlenmiştir. Her iki indeks değerinin yıllar itibari ile azalan bir trend izlemesi Türkiye'de hayat sigortası piyasasında her geçen yıl rekabetin arttığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 1'de yer alan bir diğer yoğunlaşma hesaplama yöntemi de HHI'dır. HHI indeksi kullanılarak hesaplanan yoğunlaşma oranları yedinci sütunda yer almaktadır. HHI değerlerine göre 2009-2013 döneminde Türkiye'de hayat sigorta piyasasında orta düzey yoğunlaşma söz konusu iken, 2014-2018 döneminde yoğunlaşma düşük düzeye gerilemiştir. 2014-2018 dönemindeki yoğunlaşma düzeyinin, 2009-2013 dönemindeki yoğunlaşma düzeyinden daha düşük olduğu HHI ve CR_4 indeks bulguları tarafından desteklenmektedir. CR_n indeks bulgularına benzer olarak HHI değerleri de 2009-2018 döneminde genel bir düşüş eğilimindedir. Bu yoğunlaşma oranlarına göre 2009-2018 döneminde hayat sigortası piyasasında rekabet artmaktadır. Entropi indeksi de Tablo 1'de yer alan indekslerden bir diğeridir. Entropi indeksi değerleri dokuzuncu sütunda raporlanmaktadır. Entropi indeks değerleri 2009-2018 döneminde genel bir yükseliş

eğilimi göstermektedir. CR_4 , CR_8 ve HHI değerlerine benzer şekilde Entropi indeksi değerlerine göre de 2009-2018 döneminde hayat sigortası piyasasında rekabet artmaktadır. Entropi indeksinin hesaplanmasında karşılaşılan zorlukların üstesinden gelmek için geliştirilen Nispi Entropi indeksinin değerleri de onuncu sütunda sunulmaktadır. Bu değerlere göre de 2009-2018 döneminde Türkiye’de hayat sigortası piyasasında yoğunlaşma düzeyi genel olarak azalan bir trend izlemektedir.

2.LİTERATÜR

İktisat alan yazımında hayat sigortası piyasasında yoğunlaşmayı ölçen çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Richards ve Colenutt (1975), Fenn vd. (2008), Alhassan vd. (2015), Parida ve Acharya (2016), Sharku ve Shehu (2016) gibi çok sayıda araştırmacı piyasa yoğunlaşmasının ölçümünde CR_n indekslerinden yararlanmaktadırlar. Bikker ve Leuvensteijn (2008), Brokesova vd., (2016), Jaloudi ve Bakir, (2019) gibi araştırmacılar ise piyasa yoğunlaşmasının ölçümünde HHI’yi tercih etmektedirler. Bunların yanında ayrıca, Parida ve Acharya (2016) ve Dimic vd. (2018) gibi araştırmacılar ise hayat sigortası piyasasının yoğunlaşmasının ölçümünde Entropi indeksinden de yararlanmaktadırlar. Bu indekslerin dışında Tablo 2’den de görüleceği üzere literatürde yoğunlaşmanın ölçümünde Horvath, Hall-Tideman, Ginevicius ve GRS, Hall-Tideman, Rosenbluth, Hannah-Kay, Boone göstergesi ve Kapsamlı Yoğunlaşma indeksleri kullanılmaktadır. Bu indeksler araştırmanın bir parçası olmadığı için tanımlarına ve ölçümlerine yer verilmemiştir. Bu araştırmanın literatür kısmı iki alt bölümle tasarlanmıştır. İlk bölümde hayat ve hayat dışı sigorta piyasasındaki yoğunlaşmayı hesaplayan araştırmalara yer verilirken, ikinci alt bölümde Türkiye’de çeşitli piyasalarda yoğunlaşmayı inceleyen araştırmalara yer verilmektedir.

Tablo 2: Literatür Taraması

| Yazar(lar) | Dönem ve Örneklem | İncelenen sektör ve yoğunlaşmanın ölçüm yöntemi | Bulgular |
|-------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| Richards ve Colenutt (1975) | 1960, 1968 ve 1972 Birleşik Krallık | Hayat sigortası piyasası CR_2 , CR_4 , CR_5 , CR_{10} ve Herfindahl Hirschman indeksleri | Elde edilen bulgulara göre 1968 yılına ait verilerden hesaplanan yoğunlaşma oranları 1960 yılına ait hesaplanan yoğunlaşma oranlarından daha yüksektir. Ancak 1972 yılına ait hesaplanan yoğunlaşma oranları ise 1960 ve 1968 yıllarına ait hesaplanan yoğunlaşma oranlarından daha düşüktür. |
| Eisen (1991) | 1987 11 Avrupa Birliği ülkesi | Hayat ve hayat dışı sigorta piyasası CR_5 , $MECR_2$ ve $MECR_3$ indeksleri | Regresyon analiziyle elde edilen bulgulara göre hayat ve hayat dışı sigorta piyasasında minimum verimli firma büyüklüğü ($MECR_2$ ve $MECR_3$) ile pazar büyüklüğü arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Ayrıca analiz bulgularında yoğunlaşma oranları ile piyasa büyümesi arasındaki pozitif yönlü ilişkinin hayat sigorta piyasasına göre hayat dışı sigorta piyasasında daha belirgin olduğu tespit edilmiştir. |
| Bikker ve Leuvensteijn (2008) | 1995-2003 Hollanda | Hayat sigortası piyasası Herfindahl-Hirschman ve CR_5 indeksleri | CR_5 ve Herfindahl- Hirschman indeksleri hesaplamalarına göre 1995-2003 döneminde Hollanda hayat sigorta piyasasında rekabetçi bir yapı gözlenmektedir. |
| Fenn vd. (2008) | 1995-2001 14 Avrupa Birliği ülkesi | Hayat, hayat dışı ve karma sigorta piyasası CR_5 , CR_{10} ve CR_{15} indeksleri | Panel veri analizi bulguları ölçeğe göre artan getiri oranlarının Avrupa Birliği sigorta şirketlerinin büyük çoğunluğu için tipik olduğunu göstermektedir. Ayrıca analiz bulgularında hayat, hayat dışı ve karma sigorta piyasalarındaki yoğunlaşmanın artmasından dolayı sigorta şirketlerinin artan getiri ölçeklerinden faydalanabildikleri sonucuna ulaşılmıştır. |

| | | | |
|---------------------------|---|--|--|
| Pope ve Ma (2008) | 1996-2003 Gelişmiş ve gelişmekte olan 23 ülke | Hayat dışı sigorta piyasası CR_5 indeksi | Panel veri analizi bulgularına göre piyasa yoğunlaşmasının sigorta piyasasının karlılığı üzerindeki etkisi piyasa serbestleşmesinin seviyesine bağlı olarak değişmektedir. Ayrıca analiz bulgularında piyasa serbestleşmesinin tepe noktasında piyasa yoğunlaşması ve karlılık arasında negatif yönlü ilişkiye rastlanırken, dip noktasında ise güçlü pozitif yönlü ilişkiye rastlanmıştır. |
| Kozak (2011) | 2002-2009 Polonya | Hayat dışı sigorta piyasası CR_3 ve CR_5 indeksleri | CR_3 ve CR_5 indeksleri hesaplamalarına göre 2002-2009 döneminde Polonya'da hayat dışı sigorta piyasasında orta düzeyde rekabet görülmektedir. Ayrıca panel veri analizi bulgularında yoğunlaşma düzeyi ile piyasa büyümesi arasında negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. |
| Njegomir ve Stojic (2011) | 2004-2008 11 Güneydoğu Avrupa ülkesi | Hayat dışı sigorta piyasası CR_5 indeksi | CR_5 indeksi hesaplamalarına göre 2004-2008 döneminde 11 Güneydoğu Avrupa ülkesinde hayat dışı sigorta piyasası rekabetçi yapıdadır. Ayrıca panel veri analiz bulgularında düşük seviyede küreselleşme için yoğunlaşmanın karlılık üzerinde pozitif yönlü etkisine rastlanılırken, yüksek düzeyde küreselleşme için yoğunlaşmanın karlılık üzerinde negatif yönlü etkisine rastlanmıştır. |
| Pervan ve Kramaric (2012) | 1999-2009 Hırvatistan | Hayat dışı sigorta piyasası Herfindahl-Hirschman ve CR_4 indeksleri | Herfindahl- Hirschman ve CR_4 indeksleri hesaplamalarına göre 1999-2009 döneminde Hırvatistan'da hayat dışı sigorta piyasasında yoğunlaşma düzeyi yüksektir. Ayrıca GMM analizi bulgularında HHI ile hesaplanan yoğunlaşma oranları ile karlılık arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilirken, CR_4 indeksi ile hesaplanan yoğunlaşma oranları ile karlılık arasında negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. |
| Alhassan vd. (2015) | 2007-2011 Gana | Hayat ve hayat dışı sigorta piyasası Herfindahl-Hirschman ve CR_4 indeksleri | Herfindahl- Hirschman ve CR_4 indeksleri hesaplamalarına göre hayat sigortası piyasasında yoğunlaşma oranları hayat dışı sigorta piyasasına göre daha yüksektir. Ayrıca panel veri analizi bulgularında hayat dışı sigorta piyasasında HHI yoğunlaşma oranları ile piyasa büyümesi arasında negatif yönlü, CR_4 indeksi yoğunlaşma oranları ile piyasa büyümesi arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Öte yandan hayat sigortası piyasasında HHI ve CR_4 indeksi yoğunlaşma oranları ile piyasa büyümesi arasında pozitif yönlü ilişkiye rastlanmıştır. |
| Brokesova vd. (2016) | 1993-2012 Slovak Cumhuriyeti | Hayat sigortası piyasası Herfindahl-Hirschman indeksi | Herfindahl- Hirschman indeksi hesaplamalarına göre 1993-2012 döneminde Slovak Cumhuriyetinde hayat sigorta piyasasında yoğunlaşma yüksek düzeydedir. Ayrıca OLS analizi bulgularında yoğunlaşma düzeyi ile karlılık arasında negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Öte yandan OLS analizi bulgularında yoğunlaşma düzeyi ile piyasa büyümesi arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. |
| Parida ve Acharya (2016) | 2000-2015 Hindistan | Hayat sigortası piyasası CR_3 , CR_5 , CR_{10} , Herfindahl-Hirschman, Entropi, Horvath, Hall-Tideman, | Araştırmada kullanılan indekslerin hesaplamalarına göre 2000-2015 döneminde Hindistan'da hayat sigortası piyasasında yoğunlaşma oranları düşüktür. Ancak bu indeksler arasından HHI, HTI ve GIN indeksleri diğer indekslere göre piyasanın daha düşük düzeyde yoğunlaştığını göstermektedir. |

| | | Ginevicius ve GRS indeksleri | |
|-------------------------|-------------------------------------|--|---|
| Sharku ve Shehu (2016) | 2005-2015 Arnavut | Hayat ve hayat dışı sigorta piyasası Herfindahl-Hirschman, CR_1 ve CR_4 indeksleri | CR_1 indeksi hesaplamalarına göre hayat sigorta piyasası hayat dışı sigorta piyasasına göre daha yoğunlaşmıştır. Ayrıca HHI hesaplamalarında hayat sigorta piyasasında yüksek düzeyde yoğunlaşma, hayat dışı sigorta piyasasında ise düşük düzeyde yoğunlaşma tespit edilmiştir. |
| Cummins vd. (2017) | 1999-2011 10 Avrupa Birliği ülkesi | Hayat sigorta piyasası CR_5 indeksi ve Boone göstergesi | Panel veri analizi bulgularına göre CR_5 indeksi ve Boone göstergesi ile hesaplanan yoğunlaşma oranları ile piyasa büyüklüğü arasında negatif yönlü ilişki bulunmaktadır. |
| Dimic vd. (2018) | 2007-2012 8 Güneydoğu Avrupa ülkesi | Hayat ve hayat dışı sigorta piyasası CR_4 , Herfindahl-Hirschman, Entropi ve Gini indeksleri | CR_4 indeksi hesaplamalarına göre Sırbistan ve Hırvatistan'da hayat sigorta piyasasında yüksek düzeyde yoğunlaşma görülürken, diğer ülkelerin hayat sigorta piyasalarında düşük yoğunlaşma görülmektedir. HHI hesaplamalarında Güneydoğu Avrupa ülkelerinin hayat sigorta piyasalarının ortalama olarak zayıf düzeyde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca panel veri analizi bulgularında yoğunlaşma oranları ile piyasa büyümesi arasında zayıf negatif yönlü ilişkiye rastlanmıştır. |
| Jaloudi ve Bakir (2019) | 2000-2016 Ürdün | Hayat ve hayat dışı sigorta piyasaları CR_5 ve Herfindahl-Hirschman indeksleri | CR_5 ve Herfindahl-Hirschman indeksleri hesaplamalarına göre 2000-2016 döneminde Ürdün'de hayat ve hayat dışı sigorta piyasalarında yoğunlaşma düzeyi yüksektir. Ayrıca panel veri analizi bulgularında yoğunlaşma düzeyi ile varlıkların getiri oranları arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. |

Tablo 2’de hayat ve hayat dışı sigorta piyasalarında yoğunlaşma düzeyinin karlılık ya da piyasa büyümesi üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar özetlenmektedir. Piyasa yoğunlaşmasının karlılık üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalarda; Njegomir ve Stojic (2011), Pervan ve Kramaric (2012), Jaloudi ve Bakir, (2019) gibi araştırmacılar değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki tespit ederken, Pope ve Ma (2008), Brokesova vd. (2016) gibi araştırmacılar ise değişkenler arasında negatif yönlü ilişki tespit etmektedirler. Piyasa yoğunlaşmasının piyasa büyümesi üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalarda Eisen (1991), Alhassan vd. (2015) gibi araştırmacılar piyasa yoğunlaşmasının piyasa büyümesi üzerindeki pozitif yönlü etkisine, Kozak (2011), Alhassan vd. (2015), Cummins vd. (2017), Dimic vd. (2018) gibi araştırmacılar ise piyasa yoğunlaşmasının piyasa büyümesi üzerindeki negatif yönlü etkisine rastlamaktadırlar. Brokesova vd. (2016)’nın araştırmasında ise piyasa yoğunlaşmasının piyasa büyümesi üzerinde anlamlı bir etkisine rastlanmamaktadır.

Türkiye’de Çelik ve Kaplan (2007) hayat dışı sigorta piyasası, Özcan ve Çiftçi (2015) mevduat bankacılığı piyasası, Akel vd. (2016) hayat dışı sigorta piyasası, Alagöz vd. (2016) bankacılık piyasası gibi farklı hizmet ve sanayi kolları için piyasa yoğunlaşması ve piyasa etkinliği üzerine araştırmalar yapmışlardır. Örneğin Türkiye için piyasa yoğunlaşması üzerinde hayat dışı sigorta piyasasında az sayıda araştırmaya rastlanırken, hayat sigortası piyasasında araştırmaya henüz rastlanılmamıştır. Bu boşluk araştırmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır.

3. VERİ VE YÖNTEMİN TANIMLANMASI

İktisadi yazındaki araştırmalarda piyasa yoğunlaşması ile piyasa etkinliği arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda araştırmaya rastlanmaktadır. Bu araştırmalarda piyasa etkinliğini yansıtmada yaygın olarak karlılık ve piyasa büyümesi değişkenleri tercih edilmektedir. Bu nedenle 2009-2018 döneminde Türkiye hayat sigortası piyasası yoğunlaşması ve piyasa etkinliği arasındaki ilişkiyi incelemeye bu değişkenlerden piyasa büyümesi değişkeni kullanılmaktadır. İncelemede kullanılan değişkenlerin tanım ve kaynakları Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3: Değişkenlerin Tanımları ve Kaynağı

| Değişken | Tanım | Kaynak |
|------------------|--|-------------------------|
| LTP | Türkiye’de hayat sigortası piyasasının toplam prim üretimleri | Türkiye Sigorta Birliği |
| LCR ₄ | Türkiye’de hayat sigortası piyasasının CR ₄ indeksi yardımıyla hesaplanan yoğunlaşma oranları | Türkiye Sigorta Birliği |
| LHHI | Türkiye’de hayat sigortası piyasasının Herfindahl- Hirschman indeksi yardımıyla hesaplanan yoğunlaşma oranları | Türkiye Sigorta Birliği |
| LENT | Türkiye’de hayat sigortası piyasasının Entropi indeksi yardımıyla hesaplanan yoğunlaşma oranları | Türkiye Sigorta Birliği |

2009 yılından önceki dönemde Türkiye’de hayat sigortası piyasasında faaliyet gösteren şirketlerin aylık verilerine erişilememesinden dolayı araştırmanın analizinde başlangıç yılı 2009 olarak belirlenmiştir. Modeldeki değişkenlere ait serilerin logaritması alınarak analize dâhil edilmiştir.

Literatürde yer alan modellerden de faydalanarak piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki uzun dönemli ilişki Johansen eş bütünleşme yöntemi ile tespit edilmiştir. Seriler arasında tespit edilen uzun dönemli ilişkinin yönü ve gücü ise DOLS, FMOLS ve CCR tahminicileri kullanılarak analiz edilmiştir. Piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki ilişki üç farklı model kurularak incelenmiştir. Kurulan modellerin hepsinde de bağımlı değişken olarak piyasa büyümesi yer alırken, birinci modelde bağımsız değişken olarak HHI değerleri, ikinci modelde bağımsız değişken olarak CR₄ değerleri, üçüncü modelde bağımsız değişken olarak Entropi değerleri yer almaktadır.

$$\text{Model 1: } LTP_t = \beta_0 + \beta_1 LHHI_t + \varepsilon_t$$

$$\text{Model 2: } LTP_t = \beta_0 + \beta_1 LCR_{4t} + \varepsilon_t$$

$$\text{Model 3: } LTP_t = \beta_0 + \beta_1 LENT_t + \varepsilon_t$$

Piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik kurulan Model 1 araştırmanın temel modelini oluştururken, Model 2 ve Model 3 ise Model 1’in tutarlı sonuç verip vermediğini kontrol etmek amacıyla kurulmuştur. Araştırmada kullanılan yöntemler ve araştırmanın analiz süreci aşağıda sunulmaktadır.

Stokastik sürece sahip zaman serilerinde, serinin durağanlık göstermesi analiz için önem arz etmektedir. Çünkü geliştirilen ekonometrik yöntemlerin çoğunluğu sadece durağan düzeydeki zaman serileri için geçerlidir. Stokastik veya tesadüfi bir değişkenin zaman içinde ortalaması, varyansı ve otokovaryansının sabit olması şeklinde ifade edilen durağanlık kavramı, serinin belli bir değer etrafında dalgalanmasıdır. Durağan olmayan serilerin durağanlaştırılması işleminde fark ya da logaritma alma işlemi takip edilir. Fark alma sonrasında durağan hale gelen seriler, I(1) “entegre seriler” şeklinde tanımlanmaktadır (Bozkurt, 2007, s. 27-29).

Durağanlık testleri birim kök testleri yardımıyla yapılabilmektedir. Artırılmış Dickey-Fuller, Phillips-Perron, Ng-Perron ve Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin’in yöntemleri bunlardan bazılarıdır. Bu araştırmada durağanlık sınaması Artırılmış Dickey-Fuller ve Phillips-Perron birim kök testleri ile yapılacaktır. ADF ve PP testine yönelik denklemler aşağıdaki şekilde yazılabilir (Sevüktekin ve Çınar, 2017, s. 336-378)

$$\Delta Y_t = \alpha Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \alpha_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t$$

τ – istatistiği (trend ve sabit yok)

$$\Delta Y_t = \vartheta + \alpha Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \alpha_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t$$

τ_ϑ – istatistiği (sabitli)

$$\Delta Y_t = \vartheta + \beta t + \alpha Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \alpha_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t$$

τ_t – istatistiği (sabitli ve trendli)

ADF yaklaşımında birim kök testi uygulanacak bir denklemde gecikme sayısı olarak gösterilen p’nin alacağı değeri belirlemek için genelde Akaike (AIC) ya da Schwarz (SIC) bilgi kriterlerinden faydalanılmaktadır (Sevüktekin ve Çınar, 2017, s. 336). Test aşamaları ADF birim kök testi ile aynı olan PP testi, ADF testinin aksine bozucu terimler arasında zayıf bağımlılığa ve heterojenliğe izin vermektedir (Kutlar, 2017, s. 161-162). Bu sebepten dolayı çalışmamızda ADF birim kök testinin yanında PP birim kök testinin de kullanılmasına karar verilmiştir.

Birim kök testleri sonucunda durağan olmadığı tespit edilen serilerin durağan olması için fark ya da logaritma alma işlemi gerekmektedir. Seriyi durağanlaştırmak için fark almak bazı durumlarda yeterli olmakla birlikte bu işlem serilerdeki dalgalanmaları da ortadan kaldırması değişkene ilişkin uzun dönem bilgisinin kaybolmasına yol açmaktadır. Bu sebepten dolayı entegre seriler $I(1)$ arasında analizi mümkün kılan eş bütünleşme analizi uzun dönemli çalışmalar için ilgi odağı olmuştur (Bozkurt, 2007, s. 109).

Eş bütünleşme analizi Engle-Granger ya da Johansen eş bütünleşme testleri kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Normalleştirme seçimini kendiliğinden ele almasından, eş bütünleşme vektörü üzerine konulan kısıtların sınanmasına olanak sağlamasından ve Engle-Granger testinde rastlanan belirsizliği barındırmamasından dolayı analizlerde Johansen eşbütünleşme testi daha çok benimsenmektedir (Göktaş vd., 2018, s. 47). Yukarıda ifade edilen üstünlüklerinden dolayı araştırmada Engle-Granger testi yerine Johansen eş bütünleşme testinin kullanılmasına karar verilmiştir. Johansen'in yöntemi VAR modelini esas almaktadır. Buna göre VAR modeli şu şekilde yazılabilir (Greene, 2012, s. 965-966):

$$y_t = A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + B x_t + u_t$$

Yukarıdaki eşitlik VEC modeli şeklinde ifade edilirse aşağıdaki gibi yazılır.

$$\Delta y_t = \Pi y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Omega_i \Delta y_{t-i} + B x_t + u_t$$

$$\Pi = \sum_{i=1}^p A_i - I, \quad \Omega_i = -\sum_{j=i+1}^p A_j$$

Yukarıdaki eşitlikte y_t vektöründe parametrelerin eş bütünleşme koşullarını sağlamaları için $\text{rank}(\Pi) = r < k$ olmak durumundadır. Bu eşitliğe göre $\Pi = \alpha\beta'$ eşitliğini gerçekleştiren α ve β şeklinde $k \times r$ matrisi bulunmaktadır. Bu matrislerden α ayarlama hızı katsayısını, β eş bütünleşme vektörünü temsil etmektedir (Johansen, 1991, s. 1552-1553).

Johansen eş bütünleşme testinde değişkenler arasında eş bütünleşik vektör sayısı, iz (trace) ve maksimum öz değer istatistikleri yardımıyla yapılmaktadır. İz öz değer istatistikinin sıfır hipotezi, farklı eş bütünsel vektörlerin sayısı r 'ye eşit ve ondan az olduğu hipotezi şeklindeki alternatif hipotezi test etmektedir. Maksimum öz değer istatistiği ise farklı eş bütünsel vektörlerin sayısı r 'ye eşit ve ondan az olduğu hipotezine karşı $r+1$ kadar eş bütünleyen vektör olduğu hipotezi test etmektedir (Kutlar, 2009, s. 384-385)

$$(\lambda_{iz}) = -T \sum_{i=r+1}^p \ln(1 - \lambda_i)$$

$$(\lambda_{maks}) = -T \ln(1 - \lambda_{r+1})$$

Yapılan eş bütünleşme testi sonucunda iz ve öz değer istatistiklerinin kritik değerlerden yukarıda olması durumunda sıfır hipotezi reddedilmiş olmaktadır. Elde edilen bu bulgu değişkenlerin eş bütünleşik olduğunu göstermektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2017, s. 589).

Johansen eşbütünleşme testi ile seriler arasındaki uzun dönemli ilişkinin tespitinin ardından, bu ilişkinin yönü ve şiddeti, serilerin $I(1)$ 'de yani birinci dereceden farkta durağan olma koşuluna dayanan FMOLS, CCR ve DOLS yöntemleri ile tahmin edilmiştir. Uzun dönemli ilişkinin katsayılarının yorumlanmasına olanak sağlaması, küçük örneklerde güvenilir sonuçlar göstermesi ve içsellik sorununu ortadan kaldırması gibi avantajlarından dolayı bu yöntemler araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (Erdoğan, vd., 2018:46-47). Yukarıda belirtilen avantajlarından dolayı bu araştırmada da seriler arasında tespit edilen uzun dönemli ilişkinin tahmininde FMOLS, DOLS ve CCR yöntemlerine başvurulmuştur.

4. TESTLER VE BULGULAR

Tahmin modellerinin analizinde ilk olarak serilerin durağanlığı sınanmıştır. Durağanlık sınamaları Tablo 4'te özetlenmektedir.

Tablo 4: ADF ve PP Birim Kök Test Sonuçları

| Değişkenler | ADF | | PP | |
|-------------------|------------|------------------|------------|------------------|
| | Sabit | Sabit ve Trendli | Sabit | Sabit ve Trendli |
| LTP | -1.377 | -2.252 | -1.349 | -2.370 |
| LCR ₄ | -1.472 | -1.442 | -1.209 | -1.658 |
| LHHI | -1.974 | -2.846 | -1.382 | -2.316 |
| LENT | -2.540 | -3.000 | -1.654 | -2.199 |
| Δ LTP | -12.404*** | -12.353*** | -12.329*** | -12.282*** |
| ΔLCR ₄ | -3.085** | -3.261* | -3.256** | -3.353* |
| Δ LHHI | -4.485*** | -4.525*** | -2.741* | -3,731*** |
| Δ LENT | -4,398*** | -4.526*** | -1.950 | -1.904 |
| Kritik Değerler | | | | |
| % 1 | -3.487 | -4.038 | -3.486 | -4.037 |
| %5 | -2.886 | -3.448 | -2.886 | -3.448 |
| %10 | -2.580 | -3.149 | -2.580 | -3.149 |

Not: * %10 anlamlılık düzeyini, ** %5 anlamlılık düzeyini ve *** %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir. Δ birinci dereceden farklı belirtmektedir.

Tablo 4'e göre değişkenler için sıfır hipotezi kabul edilmektedir. I(0) düzeyinde durağan olmadığı anlaşılan bu serilerin farklarının I(1) alınmasının ardından ADF ve PP birim kök testi ile sınanması sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde durağan oldukları görülmektedir. Bu değerler tabloda yer alan değişkenler arasında eş bütünleyen vektörün varlığının araştırılabileceğini ifade etmektedir. Bu çalışmada değişkenler arasında eş bütünleşmenin varlığının tespiti için ise Johansen'in eşbütünleşme testi uygulanmıştır.

Bu amaçla ilk olarak değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklamakta kullanılan modeller için uygun gecikme uzunluğu Akaike ve Schwarz Bilgi Kriterleri yardımıyla belirlenmiştir. Bu bilgi kriterlerine göre Model 1, Model 2 ve Model 3 için uygun gecikme uzunluğu beştir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinin ardından Johansen eş bütünleşme testine geçilmiştir. Test bulguları Tablo 5'te özetlenmektedir.

Tablo 5: Johansen Eş-bütünleşme Testi Bulguları

| Model 1 | | | | | | | |
|----------------|----------------|------------------|-----------------|-------------------------|----------------|------------------|-----------------|
| İz Testi | | | | Maksimum Öz Değer Testi | | | |
| H ₀ | H ₁ | Test İstatistiği | Olasılık Değeri | H ₀ | H ₁ | Test İstatistiği | Olasılık Değeri |
| r=0 | r≥1* | 49.556 | 0.000 | r=0 | r=1* | 40.396 | 0.001 |
| r≤1 | r=2* | 9.160 | 0.003 | r≤1 | r=2* | 9.160 | 0.003 |
| Model 2 | | | | | | | |
| İz Testi | | | | Maksimum Öz Değer Testi | | | |
| r=0 | r≥1* | 13.209 | 0.035 | r=0 | r=1* | 12.170 | 0.034 |
| r≤1 | r=2 | 1.039 | 0.358 | r≤1 | r=2 | 1.039 | 0.358 |
| Model 3 | | | | | | | |
| İz Testi | | | | Maksimum Öz Değer Testi | | | |
| r=0 | r≥1* | 15.340 | 0.015 | r=0 | r=1* | 14.697 | 0.012 |
| r≤1 | r=2 | 0.644 | 0.483 | r≤1 | r=2 | 0.644 | 0.483 |

Not: Uygun gecikme uzunluğunun seçiminde Akaike Bilgi Kriterleri kullanılmış ve her bir eşbütünleşme modeli için optimum gecikme sayısı maksimum 36 gecikme sayısı üzerinden belirlenmiştir. * seriler arasında eşbütünleşmenin varlığını yansıtmaktadır.

Tablo 5’deki İz ve Maksimum öz değerlerine göre %5 anlamlılık düzeyinde Model 2 ve Model 3 için bir eş bütünleşme ilişkisi tespit edilirken, Model 1 için iki eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Modeller için eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesinin ardından seriler arasındaki ilişki DOLS, FMOLS ve CCR yöntemleri ile tahmin edilmiştir. Modellerin DOLS, FMOLS ve CCR yöntemleri ile tahmin edilmesi sonucu elde edilen bulgular Tablo 6’da özetlenmektedir.

Tablo 6: DOLS, FMOLS ve CCR Tahmin Bulguları

| Modeller | DOLS | | FMOLS | | CCR | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | LHHI | Sabit | LHHI | Sabit | LHHI | Sabit |
| Model 1 | -0.737*** (-4.479) | 20.963*** (18.348) | -0.552*** (-3.387) | 19.756*** (17.343) | -0.550*** (-3.460) | 19.739*** (17.753) |
| | LCR ₄ | Sabit | LCR ₄ | Sabit | LCR ₄ | Sabit |
| Model 2 | -1.411*** (-5.326) | 21.430*** (20.579) | -1.211*** (-4.881) | 20.687*** (21.070) | -1.207*** (-4.979) | 20.674*** (21.505) |
| | LENT | Sabit | LENT | Sabit | LENT | Sabit |
| Model 3 | 4.421*** (4.232) | 11.696*** (11.855) | 2.985*** (3.487) | 13.116*** (16.409) | 2.968*** (3.593) | 13.133*** (17.033) |

DOLS analizinde uygun gecikme uzunluğunun seçiminde Akaike Bilgi Kriterleri ve uzun dönemli kovaryans tahmininde Newey-West sabit bandı kullanılmıştır. FMOLS ve CCR analizinde bant genişliği ve gecikme uzunluğu seçiminde Newey-West metodu kullanılmıştır. t istatistikleri parantez içinde verilmiştir. %10 anlamlılık düzeyini, **%5 anlamlılık düzeyini, *** %1 anlamlılık düzeyini belirtmektedir.

Tablo 6’da modeller tam logaritmik formda kurulduğu için LHHI, LCR₄ ve LENT değişkenlerinin katsayıları, LTP değişkeninin bu değişkenlere olan esnekliğini gösterir. Tablodaki katsayılar incelendiğinde değişkenlerin katsayıları %1 düzeyinde anlamlılık göstermektedir. Tablo 6’da Model 1 için tahmin edilen DOLS, FMOLS ve CCR değerlerine göre CR₄ yoğunlaşma değerleri piyasa büyümesini uzun dönemde negatif yönlü etkilemektedir. Bu etkinin esneklik değeri tahmin yöntemlerine bağlı olarak -0.550 ile -0.737 arasında değişmektedir. Tablo 6’da yer alan Model 2’nin DOLS, FMOLS ve CCR tahmin değerleri HHI yoğunlaşma değerlerinin uzun dönemde piyasa büyümesi üzerindeki negatif yönlü etkisine işaret etmektedir. Bu etkinin esneklik değeri tahmin bulgularına göre -1.207 ile -1.211 arasındadır. Tablo 6’da yer alan Model 3’ün tahminine yönelik DOLS, FMOLS ve CCR değerlerine göre ise Entropi yoğunlaşma değerlerinin piyasa büyümesi üzerindeki uzun dönemde pozitif yönlü etkisi vardır. Bu etkinin esneklik değeri ise 2.985 ile 4.421 arasında değişkenlik göstermektedir. Bu bulgu da Model 1 ve Model 2’nin analiz bulgularını teyit etmektedir. Analiz bulguları hayat sigortasındaki piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki negatif yönlü ilişkiyi desteklemektedir. Tablo 7’de piyasa yoğunlaşması ve piyasa büyümesi arasındaki ilişkiyi açıklamakta kullanılan modellere yönelik olarak kısa dönemde meydana gelen sapmaları uzun dönemde dengeye ulaştıran ayarlama parametre değerleri yer almaktadır.

Tablo 7: Hata Giderme Katsayıları

| Denge Hatası | Model 1 | Model 2 | Model 3 |
|--------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| EC (-1) | -0.050 (0.029) [-1.734]* | -0.061 (0.032) [-1.913]* | -0.051 (0.029) [-1.743]* |

Standart hatalar parantez içinde, t istatistikleri ise köşeli parantez içinde gösterilmiştir. %10 anlamlılık düzeyini, **%5 anlamlılık düzeyini, *** %1 anlamlılık düzeyini belirtmektedir

Tablo 7'ye göre Model 1 ve Model 3'te meydana gelen bir dengesizliğin %5'i, Model 2'de meydana gelen bir dengesizliğin %6'sı birinci ayın sonu itibariyle ortadan kalkmaktadır. Hata düzeltme terimlerinin 0 ile -1 arasında bir değer alması kısa dönemde hata düzeltme modelinin doğru işlediğini göstermektedir. Hata düzeltme modelinin doğru işlediğinin belirlenmesinin ardından elde edilen bulguların tutarlılığını kontrol etmek için modellerin değişen varyans ve otokorelasyon içerip içermediği LM ve White testleriyle sınanmıştır. Bulgular Tablo 8'de özetlenmektedir.

Tablo 8: VECM Otokorelasyon ve Değişen Varyans Sınanması Test Bulguları

| | | Otokorelasyon testi | Değişen Varyans testi |
|-------------------|---------|---------------------|-----------------------|
| | | LM test | White Testi |
| İstatistik değeri | Model 1 | 6.575 | 33.696 |
| | Model 2 | 7.444 | 26.350 |
| | Model 3 | 5.748 | 32.433 |
| Olasılık değeri | Model 1 | 0.160 | 0.579 |
| | Model 2 | 0.114 | 0.336 |
| | Model 3 | 0.219 | 0.639 |

Tablo 8'de otokorelasyon sınaması için kullanılan LM testi bulgularına göre %5 anlamlılık düzeyinde Model 1, Model 2 ve Model 3 için belirlenen gecikmelere kadar bir otokorelasyon sorunu tespit edilmemiştir. Ayrıca Tablo 8'de değişen varyanslılık sınaması için kullanılan White testi bulgularına göre %5 anlamlılık düzeyinde Model 1, Model 2 ve Model 3 için değişen varyansa rastlanılmamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Piyasa yoğunlaşması ile piyasa etkinliği arasındaki ilişki sanayi ekonomisinin ele aldığı önemli konulardan biridir. Bu ilişki iktisadi yazında SCP, ES ve RMP hipotezleri çerçevesinde araştırılmaktadır. SCP, ER ve RMP hipotezlerinde piyasa etkinliğini ölçmede karlılık, verimlilik ve piyasa büyümesi faktörleri kullanılmıştır. Bu hipotezlerden ilki olan SCP hipotezine göre piyasa yoğunlaşmasının piyasa büyümesi üzerinde negatif yönlü etkisi bulunmaktadır. ES hipotezine göre ise piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. ES hipotezinin sorgulanmasıyla geliştirilen RMP hipotezine göre ise piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki ilişkinin yönü piyasadaki lider firmanın piyasa payına bağlıdır.

Bu araştırmada, 2009-2018 döneminde Türkiye hayat sigortası piyasasında piyasa yoğunlaşmasının piyasa büyümesi üzerindeki etkisi mevcut yazında yer alan SCP, ES ve RMP hipotezleri bağlamında incelenmiştir. Bu araştırma gerçekleştirilirken ilk olarak Türkiye hayat sigortası piyasasının yoğunlaşma düzeyleri CR_4 , CR_8 , HHI, Entropi ve Nispi Entropi indeksleri ile belirlenmiştir. Bu indekslere göre 2009-2018 döneminde Türkiye hayat sigorta piyasasında yoğunlaşma oranları yıllar itibariyle genel olarak azalan bir trend izlemektedir. Piyasa yoğunlaşma düzeylerinin belirlenmesinin ardından piyasa yoğunlaşması ile piyasa büyümesi arasındaki ilişki zaman serisi analiz teknikleri kullanılarak incelenmiştir. Johansen eş bütünleşme testi bulguları piyasanın yoğunlaşma oranlarını yansıtan CR_4 , HHI ve Entropi değerleri ile piyasa büyümesi arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Bu ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla DOLS, FMOLS ve CCR tahminçileri de test edilmiştir. Bu bağlamda HHI ve CR_4 değerlerinde meydana gelecek olan bir artışın piyasa büyümesi üzerinde bir azalışa neden olacağı tespit edilmiştir. Ayrıca analiz bulgularına göre Entropi değerlerinde meydana gelecek bir artış piyasa büyümesi üzerinde azaltıcı etkiye sahiptir. Bu bulgular SCP hipotezi ile uyumludur. Bu bulgular doğrultusunda piyasanın etkinliğinin artması için politika yapıcılar hayat sigortası piyasasında rekabeti destekleyici politikalar üretmelidir. Ayrıca etkin çalışan bir piyasa sistemi için Rekabet Kurumu gibi rekabeti güçlendiren kurumlar daha aktif hale gelmelidir. Gelecekte bu konuyu incelemeyi düşünen araştırmacılar da hayat sigorta piyasası ile hayat dışı sigorta piyasasını birlikte ele alarak rekabetin hangi piyasada büyüme üzerinde daha etkin olduğunu tespit edebilirler.

KAYNAKÇA

- Akel, V., Torun, T. ve Aksoy, B. (2016) “Türkiye’de hayat dışı sigortacılık sektöründe karlılık, sermaye yapısı ve yoğunlaşma ilişkisine yönelik ampirik bir analiz”, *Finans ve Bankacılık Çalışmaları Dergisi*, 5(5): 1-15.
- Akın, F. ve Nalan, E. (2013) “İMKB’de işlem gören sigorta şirketlerinin 2006-2010 dönemi finansal performanslarının analizi”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (57): 89-106.
- Alagöz, M., Akalın, U. S. ve Ceylan, O. (2016) “The relationship between concentration and profitability in Turkish banking sector”, *Journal of Emerging Economies and Policy*, 1: 11-18.
- Alhassan, A. L., Addisson, G. K. ve Asamoah, M. E. (2015). “Market structure, efficiency and profitability of insurance companies in Ghana”, *International Journal of Emerging Markets*, 10(4): 648-669.
- Bikker, J. A. ve Leuvensteijn, M. V. (2008). “Competition and efficiency in the Dutch life insurance industry”, *Applied Economics*, (40): 2063-2084.
- Bozkurt, H. (2007). *Zaman Serileri Analizi*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Brokesova, Z., Ondruska, T., Pastorakovo, T. ve Peliova, J. (2016). “Industry concentration and performance: Case of life insurance industry”. T. Dudycz, G. Osbert, ve B. B. Bryzecz içinde, *In The Essence and Measurement of Organizational Efficiency* (s. 29-37), Springer, London.
- Carlton, D. W. ve Perloff, J. M. (2000). *Modern Industrial Organization*, 3. bs., Addison Wesley, New York.
- Choi, B. P. ve Weiss, M. A. (2005). “An empirical investigation of market structure, efficiency, and performance in proper liability insurance”, *The Journal of Risk and Insurance*, 72(4): 635-673.
- Cummins, J. D., Denenberg, H. S. ve Scheel, W. C. (1972). “Concentration in the U.S. life insurance industry”, *The Journal of Risk and Insurance*, 39(2): 177-199.
- Cummins, J. D., Rubio-Misas, M. ve Vencappa, D. (2017). “Competition, efficiency and soundness in European life insurance markets”, *Journal of Financial Stability*, (28): 66-78.
- Çelik, T. ve Kaplan, M. (2007). “Türk sigortacılık sektöründe karlılık ve yoğunlaşma ilişkisi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(4): 70-82.
- Çermikli, H. (2014). *Endüstriyel İktisat*, 2. bs., Gazi Kitabevi, Ankara.
- Dilek, S. (2017). *Oyun Teorisi Eşliğinde Sanayi Ekonomisi*, 2. bs., Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Dimic, M., Barjaktarovic, L., Arsenijevic, O., Sprajc, P. ve Zirovnik, J. (2018). “Measuring the concentration of insurance sector: The case of Southeastern European Countries”, *Organizacija*, 51(1): 50-64.
- Eisen, R. (1991). “Market size and concentration: Insurance and the European internal market 1992”, *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, (16): 263-281.
- Erdoğan, L., Tiryaki, A. ve Ceylan, R. (2018). “Türkiye’de uzun dönem ekonomik büyümenin belirleyicilerinin ARDL, FMOLS, DOLS ve CCR yöntemleriyle tahmini”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36(4): 39-57.
- Fenn, P., Vencappa, D., Diacon, S., Klumpes, P. ve O’ Brien, C. (2008). “Market structure and the efficiency of European insurance companies: A stochastic frontier analysis”, *Journal of Banking & Finance* (32): 86-100.
- Greene, W. H. (2012). *Econometric Analysis* (7. bs.). Pearson Education, Boston.
- Göktaş, P., Pekmezci, A. ve Bozkurt, K. (2018). *Ekonometrik Serilerde Uzun Dönem Eşbütünlük ve Kısa Dönem Nedensellik İlişkileri*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Güvel, E. A. ve Güvel, A. Ö. (2012). *Sigortacılık*, 6. bs., Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Jaloudi, M. ve Bakir, A. (2019). “Market structure, efficiency, and performance of Jordan insurance market”, *International Journal of Business and Economic Research*, 8(1): 6-13.
- Johansen, S. (1991). “Estimation and hypothesis testing of cointegration vectors in Gaussian vector autoregressive models”, *Econometrica*, 59(6): 1551-1580.
- Kozak, S. (2011). “Integration with the European financial system and changes of the non-life insurance sector concentration in Poland”, *Oeconomia*, 10(2): 41-53.
- Kutlar, A. (2009). *Uygulamalı Ekonometri* (3. b.), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kutlar, A. (2017). *Eviews ile Uygulamalı Zaman Serileri*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Lipczynski, J., John O.S. ve Wilson, J. G. (2017). *Industrial Organization, Competition, Strategy and Policy*, 5. bs., Pearson, Harlow.
- Njegomir, V. ve Stojic, D. (2011). “Liberalisation and market concentration impact on performance of the non-life insurance”, *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 36(1): 94-106.
- Özcan, A. ve Çiftçi, C. (2015). “Türkiye’de mevduat bankacılığında yoğunlaşma ve karlılık ilişkisi (2006-2013 dönemi)”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3): 1-12.
- Parida, T. K. ve Acharya, D. (2016). “Competition in Indian life insurance industry: Post liberalization evidence”, *International Journal of Business Competition and Growth*, 5(1/2/3): 110-136.
- Pope, N. ve Ma, Y.-L. (2008). “The market structure- performance relationship in the international insurance sector”, *The Journal of Risk and Insurance*, 75(4): 947-966.
- Richards, K. ve Colenutt, D. (1975). “Concentration in the U.K. ordinary life assurance market”, *The Journal of Industrial Economics*, 24(2): 147-159.
- Sevüktekin, M. ve Çınar, M. (2017). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi Eviews Uygulamalı*, 5.bs., Dora Yayınevi, Bursa.

-
- Sharku, G. ve Shehu, S. (2016). “Concentration of Albanian insurance market”, *Ekonomika a Management* (3): 1-11.
- TSB (2019). Türkiye Sigorta Birliği, <https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909>.
- TUİK (2014). “Sanayi ve hizmet sektöründe yoğunlaşma”, erişim tarihi 18.03.2019, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16195>.
- Ünsal, E. M. (2010). *Mikro İktisat*, 8. bs., İmaj Yayınevi, Ankara.
- Yıldırım, K., Eşkinat, R., Kabasakal, A., Erdoğan, M. ve Kostakoğlu, F. (2016). *Endüstriyel Ekonomi*, 6.bs., Nisan Kitapevi, Ankara.

Türk Sigortacılık Sektöründe Faaliyet Gösteren Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Analizi

Efficiency Analysis Of Non-Insurance Insurance Companies Operating In The Turkish Insurance Sector

İbrahim Erem ŞAHİN*
Havva AKKOYUNCU**

ÖZ

Türkiye’de sigortacılık sektörü finansal sistemlerde önemli bir yere sahiptir. Tüm sektörlerde olduğu gibi sigortacılık sektöründe de etkinlik çok önemlidir. Çalışmanın amacı 2014-2017 yılları itibariyle 23 tane hayat dışı sigorta şirketinin etkinliklerini ölçmektir. Çalışmada parametrik olmayan yöntemlerden biri olan veri zarflama analizine göre CCR modeli ve Malmquist toplam faktör verimlilik endeksi kullanılmıştır. Dört girdi ve bir çıktının ele alındığı analizde ölçeğe göre sabit getirili ve girdi odaklı model oluşturulmuştur. Analizde girdi olarak nakit ve nakit benzerleri, esas faaliyetten borçlar, sigortacılık teknik karşılıkları ve ödenmiş sermaye; çıktı olarak esas faaliyetten alacaklar kullanılmıştır. Analize göre firmaların ortalama etkinlik skorlarının en yüksek olduğu yıl 2015 iken, en düşük olduğu yıl ise 2016 yılı olmuştur. Malmquist toplam faktör verimliliği endeksi sonuçları açısından ise bir önceki yıla göre 2015 yılında 12 firma, 2016 yılında 8 firma ve 2017 yılında ise 13 firma pozitif gelişme göstermişlerdir.

ANAHTAR KELİMELER

Sigortacılık Sektörü, Hayat Dışı Sigorta Şirketleri, Veri Zarflama Analizi, CCR Modeli, Malmquist Toplam Faktör Verimlilik Endeksi

ABSTRACT

The insurance sector in Turkey has an important place in the financial systems. As in all sectors, efficiency is very important in the insurance sector. The aim of this study is to measure the activities of 23 non-life insurance companies as of 2014-2017. In the study, CCR model and Malmquist total factor productivity index were used according to data envelopment analysis which is one of the nonparametric methods. In the analysis, where four inputs and output were discussed, a fixed-income and input-oriented model was created according to the scale. In the analysis, cash and cash equivalents, payables due to main operations, technical reserves and provisions (net) and paid in capital are used as input; and receivables from is used as output. According to the analysis, while the average activity scores of the companies were highest in 2015, the lowest year has been 2016. In terms of Malmquist total factor productivity index, 12 companies in 2015, 8 companies in 2016 and 13 companies in 2017 showed positive development compared to the previous year.

KEYWORDS

Insurance Sector, Non-Life Insurance Companies, Data Envelopment Analysis, CCR Model, Malmquist Total Factor Productivity Index

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance | |
|---------------------------------------|---|--|--|
| 01.10.2019 | | 26.11.2019 | |
| Atıf | Şahin, İ.E. ve Akkoyuncu, H. (2019). Türk Sigortacılık Sektöründe Faaliyet Gösteren Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Analizi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 840-852. | | |

* Dr. Öğ. Üyesi, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ibrahimeremsahin@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0442-8499

** Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Muhasebe ve Finansman Tezli Yüksek Lisans, akkoyuncuhavva@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-0651-6457

GİRİŞ

İnsanlar yaşamları süresince karşı karşıya kaldıkları tesadüfi veya insan davranışlarından doğan riskler sebebiyle nasıl korunmaları gerektiğini öğrenmiş ve bu hususta bir takım yöntemler geliştirmişlerdir. Geçmişten günümüze kadar oluşturulan bu yöntemler kişisel olarak tasarrufta bulunma ya da bir araya gelerek bir fon oluşturma, vakıf kurma olarak karşımıza çıkmıştır. Bu açıklamalar ışığında modern finans literatüründe sigorta kavramı doğmuştur.

Sigortacılıkla ilgili literatürde birçok tanım yapılmasına karşılık tam bir tanım yapmak zordur. Ancak yine de en kapsamlı tanım olarak yasa koyucunun yaptığı tanımdır. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 1401. Maddesinin I.bendine göre “Sigorta sözleşmesi, sigortacının bir prim karşılığında, kişinin para ile ölçülebilir bir menfaatini zarara uğratan tehlikenin, rizikonun, meydana gelmesi hâlinde bunu tazmin etmeyi ya da bir veya birkaç kişinin hayat süreleri sebebiyle ya da hayatlarında gerçekleşen bazı olaylar dolayısıyla bir para ödemeyi veya diğer edimlerde bulunmayı yükümlendiği sözleşmedir.” diye tanımlanmaktadır (Çamlıbel vd., 2018: 2). O halde sigortacılık, olası bir yangın, kaza, ölüm gibi doğal afetler sonucunda hasar oluşması durumunda bina, eşya, mal ve can kaybından dolayı zarar gören sigortalının, sigortacı tarafından zararının ödenmesini sağlayan bir sözleşmedir. Günümüzde doğal afet, sağlık, seyahat, nakliyat ve ulaşım, havacılık, yangın, evlilik, gibi alanlarda sigorta poliçesi düzenlenmektedir. Düzenlenen bu poliçeler hayat, hayat dışı ve emeklilik gibi başlıklar altında ifade edilir. Ülkemizde hayat dışı sigorta, hayat sigortalarına oranla daha yaygındır. Son yıllarda bireysel emeklilik ile ilgili düzenlemeler yapılması, bu dalda daha hızlı bir gelişme dönemini başlatmıştır (Çekici ve İnel, 2013: 136). Bunların dışında sigorta şirketleri, topladıkları primleri, gelecekte ortaya çıkabilecek tazminat taleplerine karşılık teminat olarak tutmakta; bu karşılıkların bir kısmını sermaye piyasasına yönlendirerek, tasarrufların yatırımcılarla buluşmasını sağlamaktadır (Altan, 2010: 188). O halde sigortacılık sektörü optimal yatırım fırsatlarının değerlendirilmesinde uygun bir kaynak oluşturmaktadır.

Sigortanın temel amacı toplumsal güvenliği sağlamaktır. Ancak toplumsal güvenliği sağlamanın yanında rekabet söz konusu olduğu durumlarda etkinlik ve verimlilik analizlerinin yapılması ön plana çıkmaktadır. Sektörde yer alan şirketlerin rekabet arenasında rakiplerinden geriye düşmemek için ileriye yönelik olarak belli başlı stratejiler geliştirmesi de son derece önemli bir husustur.

Etkinlik ve verimlilik ilk bakışta aynı anlama geldiği düşünülse de birbirinden farklı kavramlardır. Verimlilik; sistemin sahip olduğu çıktılarını, bu çıktıyı elde etmek için kullandığı girdilere oranıdır. Etkinlik ise en az girdi ile en yüksek çıktıyı elde etme durumudur.

1. LİTERATÜR

Etkinlik kavramı birçok çalışmanın araştırma konusu olmakla birlikte yine birçok kişi tarafından ele alınan bir kavramdır. Etkinlik, üretim kaynaklarını veya girdilerini ne derecede iyi kullanarak çıktı üretebileceğini gösteren kavramdır. Mevcut girdiyi kullanarak en fazla çıktıyı üretmek ya da daha az girdi ile mevcut çıktıyı elde etmek şeklinde yorumlanır (Budak, 2011: 96).

Kaynakların belirli bir zaman diliminde ve hedeflenen sonuçlara göre değerlendirilmesi durumu ise etkinlik ölçümü olarak adlandırılmaktadır. Etkinlik ölçümünün belirlenmesinin nedeni etkin sınıra ulaşım ulaşmama durumunun ortaya konulmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü etkinlik sınırı girdi-çıkıtı bileşiminde en iyi performansı temsil eden bir sınırdır ve karar verme birimleri de bu sınırları belirleyici bir etkidir. Sınırdan olmayan karar verme birimleri %100 etkinliğin altında bir etkinliğe sahip olurken sınırları belirleyenler ise %100 etkinliğe sahip olmaktadır. Bilimsel araştırmalarda da bu durum göz önünde bulundurularak gerekli yorumlamalar yapılmaktadır. Bu çalışmada VZA kullanıldığından dolayı temel bileşenleri olan etkinlik, etkinlik sınırı, karar verme birimleri vb. bu şekilde açıklanabilir.

Literatürde ise VZA'nın hem teoride hem de uygulamada yaygın kullanılması birçok araştırmanın kullandığı yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda yerli ve yabancı birçok araştırmacının çalışma konusunu oluşturmaktadır.

Tablo 1:Geçmiş Yıllarda Yapılan Çalışmalar

| Araştırmalar | Dönem Aralığı | Oluşturulan Örneklem | Girdi | Çıktı |
|------------------------------|---------------|--|--|--|
| Çiftçi (2004) | 1998-2002 | Hayat ve hayat dışı alanında faaliyet gösteren 62 sigorta şirket | - acente sayısı - personel sayısı - sabit varlıklar - özkaynaklar | - prim üretim miktarı - teknik karlılık |
| Altan (2010) | 2005-2007 | Hayat dışı alanında faaliyet gösteren 25 sigorta şirketi | -Nakit ve nakit benzeri -maddi varlıklar -finansal varlıklar ile riski sigortaya ait finansal yatırımlar -esas faaliyetlerden borçlar -sigortacılık teknik karşılıkları -ödenmiş sermaye | -dönem net kâr (+) /zarar (-) -esas faaliyetlerden alacaklar |
| Bülbül ve Akhisar (2005) | 1999-2003 | Hayat dışı alanında faaliyet gösteren 30 sigorta şirketi | -özkaynaklar/ aktif toplamı -öz kaynaklar/ teknik karşılıklar - likit aktifler/likit toplamı - hasar pirim oranı -konservasyon oranı | - teknik kar/alınan primler - mali kar/alınan primler - bilanço karı/ alınan primler -teknik kar/bilanço karı |
| Kayalı (2007) | 2000-2006 | Her yıl farklı sayıda hayat ve hayat dışı alanında faaliyet gösteren sigorta şirketi | - personel sayısı - acente sayısı - sabit değerler - likit değerler - teknik karşılıklar - özkaynaklar - aktif toplamı | - toplam prim üretimi - teknik kar - mali gelir |
| Dalkılıç (2012) | 2008-2010 | Hayat dışı alanda faaliyet gösteren sigorta şirketi | -özkaynak -çalışan sayısı -acente sayısı -sabit varlıklar | -toplam sigortacılık teknik karşılıkları (net) -toplam prim üretimleri -ödenen tazminatlar toplamı (net) |
| Kılıçkaplan ve Karpap (2004) | 1998-2002 | Her yıl farklı sayıda hayat alanında faaliyet gösteren sigorta şirketi | - personel ve yönetim giderleri - sabit varlıklar - özkaynaklar | - alınan primler - teknik kâr/zarar - mali kâr/zarar |
| Başkaya ve Akar (2005) | 2003 | 12 sigorta şirketi analiz edilmiştir. | -acente sayısı -banka şubesi sayısı -çalışan sayısı | -poliçe adedi -prim tutarı |
| Diboky ve Ubl (2007) | 2002-2005 | Almanya'da faaliyet gösteren 356 adet sigorta şirketi (73 mütüel, 263 anonim ve 20 tanesi kamu şirketi) analiz edilmiştir. | -emek -işletme sermayesi -finansal borç özkaynak | -net gelir |
| Luhnen (2009) | 1995-2006 | Almanya'da faaliyet gösteren hayat dışı sigorta şirketleri | -emek ve işletme hizmetleri -borç sermayesi -özkaynaklar | -gerçekleşen net tazminatlar -yatırım varlıkları |

Çiftçi (2004), CCR ve BCC modelleri ile VZA yöntemi kullanarak, hayat dışı branşlarda faaliyet gösteren 41 sigorta şirketlerinden 11'i etkin 30 etkin olmadığı sonucuna varmıştır. Hayat branşında faaliyet gösteren Sigorta Şirketlerinin Sabit Ölçek Varsayımı altında CCR DEA Analizi sonucu 9 sigorta şirketinin etkin 12 tanesinin etkin faaliyette bulunmadığı tespit edilmiştir (Çiftçi, 2004: 135).

Altan (2010), yaptığı çalışmada hayat dışı sigorta şirketlerinin 2005-2007 yılları arasında büyük çoğunluğunun etkinlik sınırına ulaşamadı sonucuna ulaşmıştır.

Bülbül ve Akhisar (2005), hayat dışı alanında faaliyet gösteren 30 sigorta şirketinin etkinliklerini ölçmesi sonucunda şirketlerin büyük çoğunluğunun etkinlik sınırına ulaşamadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Şirketler için belli başlı iyileştirme oranları belirlenmiştir.

Kayalı (2007), yaptığı çalışmada 2000-2006 döneminde Türk sigorta şirketlerinin 2001, 2004 ve 2006 yıllarındaki teknik etkinsizliğin temel kaynağının saf teknik etkinsizlik olması, mevcut prim üretiminin optimum girdi miktarlarıyla üretilmediğini göstermektedir. 2002, 2003 ve 2005 yıllarında ise sektörün teknik etkinsizliğinin nedeninin ölçek etkinsizliği olması, sigorta şirketlerinin prim üretimi bakımından uygun olmayan ölçekte (kapasitede) faaliyet göstermedikleri anlamına geldiği sonucuna ulaşılmıştır (Kayalı, 2007: 113).

Dalkılıç (2012), hayat dışı alanında faaliyet gösteren 27 sigorta şirketinden 2008 yılında 17'sinin etkin olduğu, 10 tanesinin ise etkin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. 2008 yılında sigorta şirketlerinin tümü değerlendirildiğinde %63'ünün etkin olduğu gözlenmiştir. 2009 yılında 27 sigorta şirketinden 21 tanesi etkindir ve 3 şirket etkin değildir. 2009 yılında genel sonuçlara bakıldığında %78 etkinlik yüzdesi ile etkinlik en üst seviyeye ulaşılmıştır. Son olarak 2010 yılında ise 27 sigorta şirketinin 13'ü etkin iken, 14'ü etkin değildir ve sonuç olarak da etkinlik yüzdesi %48 olduğu tespit edilmiştir.

Kılıçkaplan ve Karpat (2004), çalışmasında 1998 ve 2002 yılları arasında Türkiye'deki hayat sigortası sektöründe faaliyet gösteren çeşitli büyüklükteki firmaların teknik, saf ve ölçek etkinliklerini araştırmıştır (Kılıçkaplan ve Karpat, 2004: 1).

Başkaya ve Akar (2005), çalışma sonucunda incelenen 12 sigorta şirketinden 6 tanesi tam etkin olarak bulunmuş, tam etkin olmayan diğer 6 şirket için de referans kümeleri ve potansiyel iyileştirme tabloları oluşturulmuştur (Başkaya ve Akar, 2005: 49).

Diboky ve Ubl (2007), çalışmasında 2002-2005 yılları arasında Almanya'da faaliyet gösteren 73 mütüel şirket, 20 kamu şirketi ve 263 anonim şirket olmak üzere toplamda 356 adet sigorta şirketini analiz etmişlerdir. Girdi olarak emek, işletme sermayesi, finansal borç ve özkaynak; çıktı olarak da net gelir kullanmışlardır (Diboky ve Ubl, 2007: 15).

Luhnen (2009), çalışmasında 1995-2006 yılları arasında Malmquist Toplam Faktör Verimliliği endeksini kullanarak, Almanya'da faaliyet gösteren 295 adet hayat dışı sigorta şirketinin etkin olup olmadığını VZA ile değerlendirilmiştir. Sonucunda sigorta şirketlerinin yaklaşık olarak %20' sinin teknik etkinliği, %50' sinin ise maliyet etkinliği olduğu saptanmıştır (Luhnen, 2009: 501).

Yapılan araştırmaların yayınlanma zamanları farklılık göstermektedir. Bunun dışında ele alınan dönem aralıklarının farklı olması, girdi ve çıktı içeriğinin değişiklik göstermesi bu iki faktöre ilave olarak ülke bazında farklılaşmaların olması sebebiyle sonuçlar da birbirinden bağımsız olmaktadır. Aynı zamanda oluşturulan örneklemelerin hayat, hayat dışı ve emeklilik gibi segmentlere ayrılması bir diğer farklılık olarak göze çarpmaktadır. Bu durumda elde edilen sonuçlar da değişiklik gösterecektir. Tek ortak noktaları sigorta şirketlerinin etkinliği üzerine yapılan bütün çalışmaların amaca uygun olarak hareket edilmesi durumudur.

2. YÖNTEM

Performans, verimlilik ve etkinlik kavramları birimlerin varlıklarını idame ettirebilmeleri açısından önem taşımaktadır. Kavramların taşıdığı özellikler nedeniyle gerekli analizlerin yapılması ile güçlü ve zayıf yönlerin ortaya çıkarılması sağlanır. Ölçme olmadan neyin iyi neyin kötü olduğuna, neye ve kime göre iyi ya da kötü olduğuna karar vermek mümkün değildir (Yeşilyurt, 2009: 135). Bu yüzden performans, verimlilik ve etkinlik kavramları gerekli analizlerin yapılması ve yorumlanması açısından ne anlama geldiğinin bilinmesi gerekmektedir.

Performans, bir işi yapan bireyin veya grubun o işle amaçlanan hedefe yönelik olarak, nereye varabildiği, neyi sağlayabildiğinin ifadesidir. Performansın tanımlanmasında nerede olduğumuz, ne kadar iyi olabildiğimiz ve nerede olmamız gerektiği soruları yer almaktadır (Kutlar ve Kartal, 2004: 51).

Verimlilik, sahip olduğumuz kaynakların doğru ve etkin bir biçimde kullanılmasını sağlamak, performans ve yararlılıklarını en üst düzeye çıkartabilmek demektir. İşletme bütün enerji kaynaklarını etkin bir biçimde değerlendirmelidir (Özsever, 2009: 45).

Etkinlik ise işletmecilik yönüyle örgütlerin belirlenmiş amaçlarına ulaşmak amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetlerin sonucunda, bu amaçlara ulaşma derecesini belirleyen bir performans ölçütüdür (Altan, 2010: 185).

Açıklanan bu kavramların bu derece önemli olması birtakım yöntemlerin geliştirilmesinde etkili olmuştur. Etkinlik ve verimlilik ile ilgili olarak yapılan analizler üç ana başlık altında toplanmaktadır. Oran analizi, parametrelili yöntemler ve parametresiz yöntemler olarak tanımlanan bu yöntemler uygulanış ve değerlendirme süreçleri bakımından birbirlerinden farklı yapı ve özelliklere sahiptir (Akyüz vd., 2015: 24).

Oran analizinde bir tek girdinin ve çıktının oranı şeklinde tanımlanan bir oranın süreç içerisinde izlenmesi şeklinde uygulanır (Koçak ve Çilingirtürk, 2011: 167). Oran analizi yönteminin yaygın olarak kullanılmasının sebepleri; uygulanması ve yorumlanmasındaki kolaylıklar, daha az bilgi ve daha az veri ile analiz yapılmasına imkân tanınmasıdır (Şahin, 2012: 129).

Parametrik yöntemlerde etkinlik ölçümü gerçekleştirilecek işletmelerin girdileri ile çıktıları arasında fonksiyonel bir ilişki olduğu varsayımı yapılır ve bu fonksiyonun parametrelerinin tahmin edilmesine çalışılır (Sarı, 2015: 5).

Parametresiz yöntemler ise çok girdi ve çok çıktıyı işleyecek yetenektedir ve doğrusal form dışında, girdi ve çıktıları ilişkilendiren bir fonksiyonel forma ihtiyaç duymazlar. Verimlilik ölçümü ortalama değere göre değil tam verimliliğe sahip olanlarla kıyaslanarak yapılır. Çok sayıda girdi ve çıktının bir arada değerlendirilmesini olanaklı kılar ve veriler üzerinde çeşitli varsayımlar kullanmaya ve dönüşümler yapmaya gerek bulunmamaktadır (Şahin, 2008: 14). Parametresiz yöntemler literatürde Veri Zarflama Analizi ve Serbest Atılabilir Zarf Modeli olmak üzere iki kısımda yer alır. Bu çalışmada sadece Veri Zarflama Analizi yönteminden bahsedilecektir.

Veri zarflama analizinin matematiksel yapısı ilk olarak Charnes, Cooper ve Rhodors tarafından kesirli programlama modeli olarak 1978 de ortaya atılmıştır (Charnes vd., 1978: 431-432). Veri Zarflama Analizi (VZA); doğrusal programlamanın özel bir uygulama şekli olup, aynı amaç ve hedeflere sahip işletmelerin göreceli olarak verimliliğini ölçmede kullanılan bir yöntemdir (Tetik, 2003: 222). Özellikle, birden fazla girdi ya da çıktının, ağırlıklı bir girdi ya da çıktı setine dönüştürülemediği durumlarda VZA etkin bir yaklaşım olarak kabul görmüştür (Ulucan, 2000: 406-407). Kısacası VZA, uzmanlar tarafından yaygın olarak kullanılan, girdi-çıkıtı verimliliğini ölçmek için uygun bir yaklaşımdır (Lita, 2018: 250).

Çeşitli bağlamlarda, birçok ülkede faaliyet gösteren, farklı türdeki kurumların performansının değerlendirilmesinde VZA uygulamalarının kullanıldığı görülmüştür. Bu uygulamalar eğitim, bankacılık, sağlık hatta imalat ve ormancılık sektöründe kendini göstermektedir.

Charnes vd.(1978), benzer girdiler kullanarak benzer çıktılar üreten, girdiyi çıktıya dönüştürmekten sorumlu birimlere “Karar Verme Birimi (Desicion Making Unit)” adını vermişlerdir. Bu karar verme birimleri kurum, şirket, firma, bölüm, işletme, üniversite olabildiği gibi tek bir kuruma ait girdi ve çıktıları gösteren yıl değerleri de olabilir (Kaynar vd., 2005: 38). İncelemeye alınan karar birimlerinin temelinde en az girdi ile en çok çıktı bileşimini elde etme durumu söz konusudur. Bu sayede en iyi karar birimleri oluşturularak etkinlik sınırına göre analizi gerçekleştirilecektir.

Temel VZA modelleri; toplamsal model, çarpımsal model, CCR ve BCC modelleri olmak üzere dört ayrı grupta sınıflandırılabilir (Bakırcı ve Babacan, 2010: 218). Yapılan çalışmaların genelinde CCR ve BCC modelleri kullanıldığından dolayı bu çalışmada da iki model hakkında bilgi verilecektir.

VZA başlığı altında oluşturulan modellerin temelinde ölçüğe göre sabit ve değişken getiri yer almaktadır. Bununla beraber yönelimlerine göre girdi yönelimli, çıktı yönelimli ve yönelsiz olmak üzere değişkenlik göstermektedir. Girdi odaklılık, çıktı miktarının sabit tutularak girdi miktarındaki değişikliklere göre analiz edilmesidir. Çıktı odaklılık ise, girdi miktarının sabit tutularak, çıktı miktarındaki değişime göre analiz edilmesidir (Şahin, 2012: 139).

CCR modeli; VZA’ nin ilk modeli olup Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilmiştir. Bu model, ölçüğe göre sabit getiri varsayımı altında karar birimlerinin toplam etkinlik skorlarını hesaplamaktadır (Behdioğlu ve Özcan, 2009: 305). Bir karar biriminin hem teknik etkinliği, hem de ölçek etkinliğini yakalaması durumu ise toplam etkinlik olarak adlandırılmaktadır. Bu durumda;

Toplam etkinlik = Teknik Etkinlik * Ölçek etkinliği
olarak formülize edilebilir (Aslan, 2007: 385-386).

VZA’ nde temel etkinlik ölçütü, çıktıların ağırlıklı toplamının girdilerin ağırlıklı toplamına oranlanmasıyla bulunur. Formülize edilirse;

$$\frac{u_1y_1+u_2y_2+\dots+u_ny_n}{v_1x_1+v_2x_2+\dots+v_mx_m} \quad (1.1)$$

olarak hesaplanır. Formülde j. karar noktası için m adet girdi ve n adet çıktı vardır ve yine formüle bakılacak olursa, u_n n. çıktının ağırlığını, y_n n. çıktının miktarını, v_m m. girdinin ağırlığını ve x_m m. girdinin miktarını göstermektedir.

CCR modeli m adet girdi ve n adet çıktı varsayımı adı altında etkin sınırı ve bu etkin sınır üzerinde yer almayan noktaların merkeze olan uzaklıklarının belirlenmesinde kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada j. karar biriminin etkinliği h_j ise, elde edilecek olan değer maksimize edilmesi gerekecektir. Matematiksel ifadesi şu şekildedir:

$$Enbh_j = \frac{\sum_{r=1}^n u_r y_r}{\sum_{i=1}^m v_i x_i} \quad (1.2)$$

Kısıtlar ise şu şekilde gösterilir:

$$\frac{\sum_{r=1}^n u_r y_r}{\sum_{i=1}^m v_i x_i} \leq 1 \quad (1.3)$$

$$u_r \geq 0$$

$$v_i \geq 0$$

Kesirli programlamanın çözümü doğrusal programlamaya göre zor olduğundan formülde birtakım değişiklikler yapılması gerekecektir. O halde aşağıdaki formüller elde edilir:

$$\text{Enbh}_j = \sum_{r=1}^n u_r y_r \quad (1.4)$$

$$\sum_{i=1}^m v_i x_i = 1$$

$$\sum_{r=1}^n u_r y_r - \sum_{i=1}^m v_i x_i \geq 0$$

$$u_r, v_i \geq 0$$

Buraya kadar olan formüller girdi odaklılık durumu üzerine düzenlenmiştir. Çıktı odaklılık durumu dikkate alınarak çözülecekse şu şekilde olacaktır:

$$\text{Enkg}_j = \sum_{i=1}^m v_i x_i \quad (1.5)$$

$$\sum_{r=1}^n u_r y_r = 1$$

$$-\sum_{r=1}^n u_r y_r + \sum_{i=1}^m v_i x_i \geq 0$$

$$u_r, v_i \geq 0$$

BCC modeli, Banker, Charnes ve Cooper tarafından geliştirilmiş olup CCR modelinin varsayımlarında değişiklik yapılarak oluşturulmuş bir modeldir. BCC modeli kullanılarak tüm karar birimleri için ölçüğe göre getiri tipi de belirlenebilir. BCC sınırı daima CCR sınırının altında yer alır. Bu nedenle CCR etkinlik skoru BCC etkinlik skorundan küçük veya ona eşit olmaktadır (Dinçer, 2008: 834). BCC ile CCR arasındaki tek fark, λ değerinin toplamının 1'e eşit olması durumudur. λ değeri, etkin olmayan karar noktasında etkin girdi bileşimini oluşturmak için gerekli olan bilgiyi sağlayan değerdir. Matematiksel ifadesi ise şu şekildedir:

Amaç fonksiyonu,

$$\text{Enk}\Theta_k$$

Kısıtlar,

$$\sum_{j=1}^N y_{rj} \lambda_{jk} \geq y_{rk} \quad (1.6)$$

$$\Theta_k x_{ik} - \sum_{j=1}^N x_{ij} \lambda_{jk} \geq 0$$

$$\sum_{j=1}^N \lambda_j = 1$$

Araştırmada kullanılan bir diğer yöntem ise Malmquist Toplam Faktör Verimliliği (TFV) Endeksidir. Malmquist (1953) tarafından geliştirilen uzaklık (distance) fonksiyonlarına dayalı olarak ifade edilen bu endeks, her bir veri noktasının ortak teknolojiye göre nispi uzaklık oranlarını hesaplayarak, iki veri noktası arasındaki toplam faktör verimliliğindeki değişmeyi ölçer (Deliktaş, 2002: 252). Malmquist verimlilik endeksi, özellikle parametrik olmayan spesifikasyonlar mikro verilere uygulandığında zaman içindeki verimlilik ölçümünde standart yaklaşım haline gelmiştir (Bjurek, 1996: 303).

$D^t_0(x, y)$, t+1 dönemi gözleminin t dönemi teknolojisinden olan uzaklığını ifade eder. Eğer m_0 fonksiyonunun değeri 1.0' dan büyükse t döneminden t+1 döneme TFV' de büyüme olduğunu gösterir. 1.0'dan az olması durumunda ise aynı dönemler dikkate alındığında TFV' de bir düşüş olduğunu ifade eder. Bu denklem şu şekilde ifade edilebilir;

$$M_0(y^t, x^t, y^{t+1}, x^{t+1}) = \frac{d_0^{t+1}(y^{t+1}, x^{t+1})}{d_0^t(y^t, x^t)} \times \left[\frac{d_0^t(y^{t+1}, x^{t+1})}{d_0^t(y^t, x^t)} \times \frac{d_0^{t+1}(y^t, x^t)}{d_0^t(y^t, x^t)} \right]^{1/2} \quad (1.7)$$

Formülde çarpı işaretinden bir önceki kısım t ve t+1 yılları arasındaki çıktı eksenli teknik etkinlik değişimini ölçmektedir. Sonraki kısım ise teknolojiye meydana gelen değişimleri ölçmektedir. Bu durumda;

$$M_0(y^t, x^t, y^{t+1}, x^{t+1}) = \text{TED} \times \text{TD} \text{ olarak da ifade edilebilir.}$$

3. ANALİZ VE BULGULAR

Analiz, ölçüğe göre sabit getiri varsayımı altında DEA (Data Envelopment Analysis-Veri Zarflama Analizi) yöntemi ve DEAP 2.1. paket programı kullanılarak yapılmıştır. Bu çalışmada kurulan model, girdiye yönelik, ölçüğe göre sabit odaklı ve çok aşamalı DEA yöntemi şeklinde olmuştur. Çalışmada 2014-2017 yılları arası kesintisiz veriye sahip olan 23 hayat dışı sigorta şirketi analize tabi tutulmuştur. Bu şirketlerin yıllar itibariyle etkinlik değerleri ve son yılın etkinlik skorlarının potansiyel iyileştirme değerleri Veri Zarflama Analizi yardımıyla tespit edilerek tablolar halinde gösterilmiştir. Ardından Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endekslerinden yararlanarak şirketlerin yıllar itibariyle gösterdikleri gelişimler hesaplanarak tablo haline getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmında kullanılan Veri Zarflama Analizi'nin ilk adımı karar birimlerinin seçilmesidir. İkinci adım ise kullanılacak girdi ve çıktıların tespit edilmesidir. Ardından program sonuçlarına göre yıllar itibariyle etkinlik değerleri bulunmalıdır. Son yıl olan 2017 yılının etkinlik değerlerinin potansiyel iyileştirme tablosunun oluşturulmasının ardından aynı çıktı düzeyine en uygun girdi seviyesi belirlenmelidir. Son aşama ise Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksleri yardımıyla, analizin olduğu bu 4 yıllık süreçte, karar birimleri olan bu 23 firmanın etkinlik değerleri açısından yıllar itibariyle gösterdikleri performans incelenmiş ve yorumlanmıştır.

3.1. Karar Birimlerinin Seçilmesi

Uygulama kısmında Veri Zarflama Analizinin yanı sıra Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi de kullanılacağı için analize dahil edilecek firmaların analiz dönemi boyunca kesintisiz veriye sahip olmaları gerekmektedir. Analizde karar alma probleminde başarılı sonuçlar alınabilmesi için girdi ve çıktı sayısının olabildiğince çok olması gerekmektedir. Ancak seçilen girdi ve çıktı elemanlarının tümü her karar birimi için kullanılmak zorundadır. Bir Veri Zarflama modeli için seçilen girdi sayısı (m) ve çıktı sayısı (p) ise en az (m+p+1) tane karar birimi araştırmanın güvenilirliği açısından gerekli bir kısıt olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, karar alma birimi sayısı değişken sayısının en az iki katı olmalıdır (Çolak ve Altan, 2002: 44-45).

Çalışmada uygulanan modelde 3 girdi ve 1 çıktı değişkeni kullanıldığı için karar birimleri sayısının en az; Girdi Sayısı + Çıktı Sayısı + 1 = 6 ve (Girdi Sayısı + Çıktı Sayısı) x 2 = 10 olması gerekmektedir.

Bu noktadan hareketle Türkiye'de faaliyet gösteren ve 2014-2017 yılları arası kesintisiz veriye sahip hayat dışı sigorta şirketlerinden 23 tanesi belirlenerek çalışmaya dahil edilmiştir. Tablo: 1'de analize dahil edilen sigorta şirketleri verilmiştir.

Tablo 2: 2014-2017 Yıllarına Ait Sigorta Şirketleri ve Kodları

| Şirket Kodu | Şirket Adı | Şirket Kodu | Şirket Adı |
|-------------|------------|-------------|---------------|
| B1 | AKSİGORTA | B13 | HDI |
| B2 | ALLIANZ | B14 | KORU |
| B3 | ANADOLU | B15 | LİBERTY |
| B4 | AXA | B16 | *MAPFRE GENEL |
| B5 | DOĞA | B17 | NEOVA |
| B6 | DUBAİ STAR | B18 | RAY |
| B7 | ERGO | B19 | SBN |
| B8 | EUREKO | B20 | SOMPO JAPAN |
| B9 | GENERALİ | B21 | TÜRK NİPPON |
| B10 | GROUPAMA | B22 | ZİRAAT |
| B11 | GÜNEŞ | B23 | ZURİCH |
| B12 | HALK | | |

*Mapfre Genel Sigorta, Ekim 2016 tarihinden itibaren Mapfre Sigorta olarak faaliyetlerini sürdürmeye devam etmiştir.

3.2. Girdi ve Çıktıların Belirlenmesi

Karar birimlerinin seçimi gibi girdi çıktı değişkenlerinin belirlenmesi de parametrik olmayan etkinlik analizlerinde son derece önemlidir. Zira kullanılacak girdi ve çıktıların isabetli bir şekilde tespit edilmesi, uygulamanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırması açısından ve etkin olmayan karar birimlerine önerilecek iyileştirmelerin ne şekilde ve nasıl yapılacağı konusunda daha doğru yönlendirme sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır (Şahin, 2012: 164).

Kullanılan girdi ve çıktıların seçiminde bir yandan yazındaki çalışmalardan yararlanılırken, diğer taraftan sigortacılık sektörü açısından önemli olduğu düşünülen faktörler de göz önünde bulundurulmuştur.

Araştırmada kullanılan veriler T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yayımlanmakta olan 2014-2017 yıllarına ait Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyet Raporları bölümünden oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan nakit ve nakit benzerleri değerler şirketlerin kasa, banka ve diğer gelirlerin toplamını ifade etmektedir. Esas faaliyetten borçların altında sigortacılık ve reasürans faaliyetlerinden borçlar, sigortacılık\reasürans şirketlerinden alınan depolar, emeklilik faaliyetlerinden borçlar ve diğer esas faaliyetlerden borçlar yer almaktadır. Sigortacılık teknik karşılıkları (net) ise kazanılmamış primler, devam eden riskler, matematik, muallak tazminat, ikramiye-indirimler ve diğer teknik karşılıklarından oluşmaktadır. Ödenmiş sermaye ise nominal sermaye ve ödenmiş sermaye ile sermaye düzeltmesi net farklarından oluşturulmuştur. Esas faaliyetten alacaklar kalemi sigorta\reasürans faaliyetten alacaklar, sigorta\reasürans

şirket nezdinde depolar, sigortalılara krediler, emeklilik faaliyetinden alacaklar ve esas faaliyetten kaynaklanan şüpheli alacaklardan oluşmaktadır.

Girdi ve çıktı değişkenleri tablo halinde şu şekilde düzenlenebilir:

Tablo 3: Analizde Kullanılacak Girdi ve Çıktı Değişkenleri

| GİRDİ DEĞİŞKENLERİ | |
|--------------------|--|
| G1 | Nakit ve Nakit Benzerleri |
| G2 | Esas Faaliyetten Borçlar |
| G3 | Sigortacılık Teknik Karşılıkları (Net) |
| G4 | Ödenmiş Sermaye |
| ÇIKTI DEĞİŞKENLERİ | |
| Ç1 | Esas Faaliyetten Alacaklar |

Belirlenen girdilere ve çıktıya göre sigorta şirketlerinin etkin çalışıp çalışmadıkları analiz edilecektir. Öncelikle firmaların etkinlik skorları bulunarak hangi firmaların tam etkin oldukları, hangi firmaların ise etkin olmadıkları tespit edilecektir. Bu aşamadan sonra analizin son yılı için tam etkin firmaların referans gösterilme sayıları ve etkin olmayan firmaların potansiyel iyileştirme tabloları hazırlanarak hedef değerlere ulaşmaları için yol gösterilecektir. Ardından firmaların yıllar itibariyle gerçekleştirdikleri gelişmeleri görebilmek için Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksleri'nden yararlanılmıştır.

3.3. Bulgular

Tablo 4: Gözlem Kümesi İçin Etkinlik Değerleri (2014-2017)

| Kodu | Firmalar | 2014 Yılı Teknik Etkinlik | 2015 Yılı Teknik Etkinlik | 2016 Yılı Teknik Etkinlik | 2017 Yılı Teknik Etkinlik |
|------|-----------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 1 | AKSİGORTA | 0.744 | 0.872 | 0.695 | 0.612 |
| 2 | ALLIANZ | 0.900 | 0.974 | 0.496 | 0.994 |
| 3 | ANADOLU | 0.769 | 0.835 | 0.573 | 0.629 |
| 4 | AXA | 0.974 | 1.000 | 0.555 | 1.000 |
| 5 | DOĞA | 0.461 | 0.793 | 0.577 | 1.000 |
| 6 | DUBAİ STAR | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 |
| 7 | ERGO | 1.000 | 0.972 | 0.584 | 1.000 |
| 8 | EUREKO | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 |
| 9 | GENERALİ | 0.661 | 0.496 | 0.546 | 0.585 |
| 10 | GROUPEAMA | 0.993 | 0.838 | 0.494 | 0.753 |
| 11 | GÜNEŞ | 1.000 | 1.000 | 0.756 | 0.686 |
| 12 | HALK | 0.420 | 0.667 | 0.436 | 0.379 |
| 13 | HDI | 0.761 | 0.809 | 0.702 | 0.834 |
| 14 | KORU | 0.371 | 0.318 | 1.000 | 1.000 |
| 15 | LİBERTY | 0.810 | 0.749 | 0.606 | 1.000 |
| 16 | MAPFRE GENEL | 1.000 | 1.000 | 0.840 | 0.794 |
| 17 | NEOVA | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 0.721 |
| 18 | RAY | 0.743 | 0.784 | 0.671 | 0.682 |
| 19 | SBN | 0.350 | 0.548 | 0.306 | 0.298 |
| 20 | SOMPO JAPAN | 0.861 | 1.000 | 0.360 | 0.377 |
| 21 | TÜRK NİPPON | 1.000 | 1.000 | 0.454 | 0.725 |
| 22 | ZİRAAT | 0.453 | 0.650 | 0.518 | 0.548 |
| 23 | ZURİCH | 0.432 | 0.468 | 0.308 | 0.319 |
| | Ortalama | 0.770 | 0.816 | 0.629 | 0.736 |

Tablo 3'te görüldüğü gibi tam etkin bir firmanın etkinlik değerleri 1.000 olmaktadır. Dubai Star ve Eureka firmaları 2014 ve 2017 yıllarını kapsayan dört yılda da tam etkinlik göstermişlerdir. Neova firması ise 2014, 2015 ve 2016 yıllarında tam etkin iken son yıl olan 2017'de etkinlik değerini düşürmüştür.

Tablo 5: Yıllar İtibariyle Ortalama İstatistikler

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|-------|-------|-------|-------|
| Ortalama Etkinlik Derecesi | 0.770 | 0.816 | 0.629 | 0.736 |
| Gözlem Kümesini Oluşturan Firma Sayısı | 23 | 23 | 23 | 23 |
| Etkin Birim Sayısı | 7 | 8 | 4 | 7 |
| En Düşük Etkinlik Derecesi | 0.350 | 0.318 | 0.306 | 0.298 |

Tablo 4'te sırasıyla gözlem kümesini oluşturan firmaların yıllar itibariyle ortalama etkinlik dereceleri, toplam firma sayıları, etkin firma sayıları ve son olarak ta en düşük etkinlik dereceleri gösterilmiştir. Buna göre 2014 yılının ortalama etkinlik değeri 0.770 olurken, 2015 yılında 0.816, 2016 yılında 0.629 ve 2017 yılında 0.736 olarak gerçekleşmiştir. Görüldüğü gibi 2015 yılının ortalama etkinlik değeri bir önceki yıla göre artış gösterirken, 2016 yılında bu değer düşmüş, son yılda ise artış göstererek 0,736 değerine ulaşmıştır. Araştırmanın geçerli olduğu tüm yıllarda gözlem kümesini oluşturan firma sayısı 23 firma olarak sabittir. Araştırmanın sağlıklı olması için bu durum aynı zamanda bir zorunluluktur. Gözlem kümesini oluşturan etkin firma sayıları 2014 yılında 7 firma, 2015 yılında 8 firma, 2016 yılında 4 firma ve 2017 yılında 7 firma olmuştur. En düşük etkinlik dereceleri ise yıllar itibariyle 0.350, 0.318, 0.306 ve 0.298 olarak gerçekleşmiştir. Analiz dönemi içerisinde 2015 yılında 8 firma ile en yüksek etkin firma sayısına ulaşılırken, 2016 yılında bu sayı 4 firma ile en düşük etkin firma sayısına ulaşmıştır. Ayrıca 2017 yılı tüm yıllarda en düşük etkinlik derecesinin gerçekleştiği yıl olmuştur.

Tablo 6: Etkin Olmayan Firmaların Referans Kümeleri ve Yoğunluk Değerleri

| | | | | | | |
|----|--------------|-----------------|------------|------------|---------|---------|
| 1 | AKSİGORTA | Referans Kümesi | DUBAİ STAR | EUREKO | | |
| | | Yoğunluk | 0.893 | 1.130 | | |
| 2 | ALLIANZ | Referans Kümesi | EUREKO | LIBERTY | KORU | AXA |
| | | Yoğunluk | 1.274 | 2.310 | 18.417 | 0.193 |
| 3 | ANADOLU | Referans Kümesi | LIBERTY | EUREKO | KORU | |
| | | Yoğunluk | 1.281 | 2.188 | 6.707 | |
| 9 | GENERALİ | Referans Kümesi | DUBAİ STAR | EUREKO | | |
| | | Yoğunluk | 0.143 | 0.124 | | |
| 10 | GROUPAMA | Referans Kümesi | KORU | EUREKO | LIBERTY | |
| | | Yoğunluk | 3.693 | 0.121 | 1.485 | |
| 11 | GÜNEŞ | Referans Kümesi | DUBAİ STAR | EUREKO | | |
| | | Yoğunluk | 0.357 | 0.961 | | |
| 12 | HALK | Referans Kümesi | LIBERTY | EUREKO | KORU | |
| | | Yoğunluk | 0.385 | 0.263 | 1.391 | |
| 13 | HDI | Referans Kümesi | KORU | EUREKO | LIBERTY | |
| | | Yoğunluk | 1.258 | 0.350 | 1.285 | |
| 16 | MAPFRE GENEL | Referans Kümesi | KORU | EUREKO | AXA | LIBERTY |
| | | Yoğunluk | 0.439 | 1.619 | 0.011 | 1.168 |
| 17 | NEOVA | Referans Kümesi | LIBERTY | EUREKO | KORU | |
| | | Yoğunluk | 0.308 | 0.156 | 3.777 | |
| 18 | RAY | Referans Kümesi | DUBAİ STAR | EUREKO | | |
| | | Yoğunluk | 0.548 | 0.248 | | |
| 19 | SBN | Referans Kümesi | LIBERTY | EUREKO | | |
| | | Yoğunluk | 0.101 | 0.036 | | |
| 20 | SOMPO JAPAN | Referans Kümesi | LIBERTY | EUREKO | KORU | |
| | | Yoğunluk | 0.282 | 0.519 | 2.287 | |
| 21 | TÜRK NİPPON | Referans Kümesi | AXA | EUREKO | ERGO | |
| | | Yoğunluk | 0.006 | 0.081 | 0.042 | |
| 22 | ZİRAAT | Referans Kümesi | LIBERTY | EUREKO | | |
| | | Yoğunluk | 0.016 | 0.371 | | |
| 23 | ZURİCH | Referans Kümesi | EUREKO | DUBAİ STAR | | |
| | | Yoğunluk | 0.204 | 0.010 | | |

Tablo 5.'te analizin son yılı olan 2017 yılında tam etkinlik değerini yakalayamayan firmaların etkin hale gelebilmeleri için referans almaları gereken etkin firmalar ve almaları gereken referans yoğunlukları verilmiştir. Etkin firmalar tam etkinliğe ulaşan firmalar olduğu için bu firmalar yoğunluk olarak 1.000 değerini alırlar. Tablo 5.'te etkin olmayan firmaların referans kümeleri ve yoğunluk dereceleri

gösterildiğinden tam etkin firmalara bu tabloda yer verilmemiştir. Dolayısıyla 2017 yılında Axa, Doğa, Dubai Star, Ergo, Eureko, Koru, Liberty firmaları tam etkin olmuşlardır.

Etkin olmayan firmaların 2017 yılına göre potansiyel iyileştirme tablosuna bakıldığı zaman girdilerini etkin bir şekilde kullanamadıklarını ve girdi fazlası oluşturdukları görülmüştür. Çalışmada girdi odaklı model kullanıldığı için, Tablo 5'te etkin olmayan firmalar için bazı girdilerin belirli oranda azaltılması ile diğer firmalara kıyasla etkin ve verimli olabileceğine ilişkin iyileştirme önerileri sunulmuştur. Buna göre, ilgili firmaların çıktılarını sabit tutup, girdilerini azaltarak hedeflenen rakamlara ulaşması beklenmektedir. Bunun için, etkin olmayan firmalara referans gösterilen firmaların girdi değerleri, referans biriminin yoğunluk değeri ile çarpılarak, hedeflenen girdi değerleri hesaplanmıştır.

Tablo 7: Gözlem Kümesini Oluşturan Firmaların Malmquist Endeksi Analizi Sonuçları

| Kodu | Firmalar | 2015 Yılı Malmquist Endeksi | 2016Yılı Malmquist Endeksi | 2017 Yılı Malmquist Endeksi |
|------|--------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 1 | AKSİGORTA | 1.080 | 1.043 | 0.737 |
| 2 | ALLIANZ | 1.117 | 0.886 | 1.210 |
| 3 | ANADOLU | 1.014 | 0.898 | 1.006 |
| 4 | AXA | 1.212 | 0.782 | 1.040 |
| 5 | DOĞA | 1.607 | 0.747 | 1.308 |
| 6 | DUBAİ STAR | 0.900 | 1.045 | 1.063 |
| 7 | ERGO | 0.811 | 1.168 | 0.852 |
| 8 | EUREKO | 0.926 | 1.094 | 1.063 |
| 9 | GENERALİ | 0.720 | 1.065 | 1.170 |
| 10 | GROUPAMA | 0.805 | 0.955 | 0.995 |
| 11 | GÜNEŞ | 0.835 | 0.855 | 0.957 |
| 12 | HALK | 1.481 | 0.984 | 0.641 |
| 13 | HDI | 1.005 | 1.077 | 0.937 |
| 14 | KORU | 0.819 | 0.000 | 1.000 |
| 15 | LİBERTY | 0.867 | 1.220 | 1.351 |
| 16 | MAPFRE GENEL | 0.955 | 0.895 | 0.965 |
| 17 | NEOVA | 0.540 | 1.541 | 0.438 |
| 18 | RAY | 0.971 | 0.809 | 1.104 |
| 19 | SBN | 1.486 | 0.771 | 0.845 |
| 20 | SOMPO JAPAN | 1.144 | 0.839 | 0.792 |
| 21 | TÜRK NİPPON | 1.052 | 0.446 | 1.103 |
| 22 | ZİRAAT | 1.218 | 0.907 | 1.165 |
| 23 | ZÜRİCH | 1.015 | 0.629 | 1.136 |

Tablo 6'da firmaların Malmquist toplam faktör verimliliği endeksinde göre yıllar itibariyle gösterdikleri gelişmelere yer verilmiştir. Malmquist Üretim Endeksi dört farklı endeksin birleşiminden oluşmaktadır. Bu endeksler sırasıyla; Teknik Etkinlik Değişimi (TE), Teknolojik Değişme (TC), Saf Etkinlik Değişimi (PTE) ve Ölçek Etkinlik Değişimi (SE) Endeksleridir. Firmalar bir önceki yıla göre eğer olumlu bir gelişme gösterdiler ise endeks sonucu 1.000 rakamının üstünde bir değer, eğer olumsuz bir gelişme gösterdilerse 1.000'den küçük bir değere sahip olacaklardır. Buna göre firmalar bazında bakacak olursak hiçbir firma analiz dönemi boyunca Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi değerlerinde sürekli olarak bir önceki yıla göre düzenli bir artış gösterememişlerdir. Groupama, Güneş ve Mapfre Genel firmaları ise üç dönem boyunca da bir önceki yıla göre düşüş yaşamışlardır. Aksigorta'nın Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi değerlerinde bir önceki yıla göre 2015 yılında %8 oranında, 2016 yılında ise %4.3 artış sağlanırken 2017 yılında %26.3'lük bir düşüş yaşanmıştır. Allianz, Anadolu, Axa, Doğa, Türk Nippon, Ziraat ve Zürich firmaları ise 2015'te bir önceki yıla göre artış gösterirken, 2016'da düşüş yaşamışlar ve ardından son yıl olan 2017'de tekrar Malmquist Toplam Faktör Verimliliği değeri açısından yükselişe geçmişlerdir.

SONUÇ

Çalışmada Türkiye'de hayat dışı sigorta alanında faaliyet gösteren ve 2014-2017 yılları arasında kesintisiz veriye sahip 23 adet sigorta şirketi seçilmiştir. Uygulama kısmında ilk önce seçilen firmaların 2014, 2015, 2016 ve 2017 yıllarındaki etkinlik değerleri veri zarflama analizi yardımıyla tespit edilmiştir. Dört girdinin ve bir çıktının ele alındığı analiz, ölçeğe göre sabit getirili ve girdi odaklı oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan veriler T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yayımlanmakta olan 2014-2017 yıllarına ait Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Faaliyet Raporları bölümünden oluşturulmuştur. Buna göre

etkin olan ve etkinliği yakalayamayan firmalar belirlenmiştir. Yıllar itibariyle firmaların etkinlik ortalama değerleri 2014 yılında 0.770, 2015 yılında 0.816, 2016 yılında 0.629 ve 2017 yılında ise 0.736 olmuştur. Etkinlik değerleri açısından 2015 yılında en yüksek ortalamaya ulaşılrken, 2016 yılında düşüş görülmüş ve son yılda bir önceki yıla göre artış kaydedilmiştir. Analiz sonucu etkin olmayan firmalar için ise potansiyel iyileştirme tablosu hazırlanarak tam etkin hale gelebilmeleri için gerekli girdi seviyeleri referans verilerek gösterilmiştir. Ardından Malmquist toplam faktör verimliliği endeksi ile firmaların bu periyotta yıllar itibariyle gösterdikleri gelişmeler incelenmiştir. Malmquist endeks sonuçları yıllar itibariyle gösterilerek tablolaştırılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre yıllar itibariyle Malmquist toplam faktör verimliliği endeksi değerlerinde 2015 yılında 12 firmada, 2016 yılında 8 firmada, 2017 yılında ise 13 firmada bir önceki yıla göre artış gerçekleşmiştir. Bu açıdan bakıldığında etkinlik değerleri ile Malmquist toplam faktör verimliliği değerlerinde yıllar itibariyle birbirine paralel sonuçlar ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Akyüz Kadri Cemil, Yıldırım İbrahim ve Balaban Yasin (2015). "Kağıt Sektöründe Yer Alan Firmaların Veri Zarflama Analizi Yardımıyla Etkinliklerinin Ölçümü". *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 14: 23-38.
- Altan Mitra Salimi (2010). "Türk Sigortacılık Sektöründe Etkinlik: Veri Zarflama Analizi Yöntemi İle Bir Uygulama". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12\1, 185-204.
- Aslan Şebnem (2007). "Performans Ölçümünde Kıyaslama Yöntemi Olarak Veri Zarflama Analizinin Kullanımı: Türkiye Şeker Fabrikaları Örneği". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2 (1): 383-396.
- Bakırcı Fehim ve Babacan Adem (2010). "İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde Ekonomik Etkinlik". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24 (2): 215-234.
- Başkaya Zehra ve Akar Cüneyt (2005). "Sigorta Şirketlerinin Satış Performanslarının Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Belirlenmesi". *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15): 37-51.
- Behdioğlu Sema ve Özcan Gözde (2009). "Veri Zarflama Analizi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (3): 301-326.
- Bjurek Hans (1996). "The Malmquist Total Factor Productivity Index". *The Scandinavian Journal of Economics*. 98 (2): 303-313.
- Budak Hüseyin (2011). "Veri Zarflama Analizi ve Türk Bankacılık Sektöründe Uygulaması". *Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Dergisi*, 23(3), 95-110.
- Bülbül Serpil ve Akhisar İlyas (2005). "Türk Sigorta Şirketlerinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi İle Araştırılması". VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu, 26-27.
- Charnes Abraham, Cooper William Wager ve Rhodes Edwardo (1978). "Measuring the Efficiency of Decision Making Units". *European Journal of Operations Research*, (2): 429-444.
- Çamlıbel Fuat, Akhisar İlyas. ve Tunay Kaşif Batu (2018). "Türk Sigorta Sektörünün Ekonomik, Politik ve Yasal Çerçeve Değerlendirilmesi". *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*, 6 (1): 66-74.
- Çekici Makbule Elif ve İnel Mehmet Nuri (2013). "Türk Sigorta Sektörünün Direkt Prim Üretimlerinin Tahmin Teknikleri İle İncelenmesi". *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 34 (1): 135-152.
- Çiftçi Hakkı (2004). "Türk Sigorta Sektörünün Sorunları: DEA Analizi İle Türk Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Düzeylerinin Belirlenmesi". *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, (1): 121-149.
- Çolak Ömer Faruk ve Altan Şenol (2002). "Toplam Etkinlik Ölçümü: Türkiye'deki Özel ve Kamu Bankaları İçin Bir Uygulama". *İktisat İşletme ve Finans*, Cilt: 17, Sayı: 196, pp. 44-55.
- Dalkılıç Nilüfer (2012). "Türkiye'de Hayat Dışı Sigortacılık Sektöründe Etkinlik Analizi". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 55, s. 71-90.
- Deliktaş Ertuğrul (2002). "Türkiye Özel Sektör İmalat Sanayiinde Etkinlik ve Toplam Faktör Verimliliği Analizi". *ODTÜ Gelişme Dergisi, METU Studies in Development*, 29, (3-4), 247-284.
- Diboky Franz ve Ubl Eva (2007). "Ownership and Efficiency in the German Life Insurance Market: A DEA Bootstrap Approach". In 34th Seminar of the European Group of Risk and Insurance Economists (EGRIE), June, 1-40.
- Diñer Sait Erdal (2008). "Veri Zarflama Analizinde Malmquist Endeksiyle Toplam Faktör Verimliliği Değişimin İncelenmesi ve İMKB Üzerine Bir Uygulama". *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 15 (2): 825-846.
- Kayal Cevdet Alptekin (2007). "2000-2006 Döneminde Türkiye'de Faaliyet Gösteren Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Değerlendirmesi". *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi*, 14, (2): 103-115.
- Kaynar Oğuz, Zontul Metin ve Bircan Hüdaverdi (2005). "Veri Zarflama Analizi İle OECD Ülkelerinin Telekomünikasyon Sektörlerinin Etkinliğinin Ölçülmesi". *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6 (1): 37-57.
- Kılıçkaplan Serdar ve Karpaz Gaye (2004). "Türkiye Hayat Sigortası Sektöründe Etkinliğin İncelenmesi". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (1): 1-14.
- Koçak Habib ve Çilingirtürk Ahmet Mete (2011). "AB Ülkeleri ve Aday Ülkelerin Kaynak Kullanımında Etkinliklerinin Karşılaştırmalı Analizi". *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 40 (2): 166-175.
- Kutlar Aziz ve Kartal Mahmut (2004). "Cumhuriyet Üniversitelerinin Verimlilik Analizi: Fakülteler Düzeyinde Veri Zarflama Yöntemiyle Bir Uygulama". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (2): 49-79.
- Lita Iulian (2018). "Data Envelopment Analysis Techniques – DEA and Malmquist Indicators, In CRS Mode, For Measuring The Efficiency Of Romanian Public Higher Education Institutions". *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, Issue 3/2018; Vol. 52, p. 249-264.
- Luhnen Michael (2009). "Determinants of Efficiency and Productivity in German Property- Liability Insurance: Evidence for 1995–2006". *Geneva Papers on Risk & Insurance*, Vol. 34, No. 3, Jul, pp. 483-505.
- Özsever Çiğdem, Gençoğlu Tülay ve Erginel Nihal (2009). "İşgücü Verimlilik Takibi İçin Sistem Tasarımı ve Karar Destek Modelinin Geliştirilmesi". *Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 18: 45-58.
- Sarı Zuhul (2015). "Veri Zarflama Analizi ve Bir Uygulama". *Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstatistik Anabilim Dalı, Ankara*.
- Şahin İbrahim Erem. *Şirket Birleşmelerinin Etkinlik Açısından Değerlendirilmesi ve Türk Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama*, Konya, Aybil Yayınları, 2012.

- Şahin İsmet (2008). “ Sağlık Bakanlığı Genel Hastaneleri ve Sağlık Bakanlığına Devredilen SSK Genel Hastanelerinin Teknik Verimliliklerinin Karşılaştırmalı Analizi”. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 11 (1): 1-48.
- Tetik Semra (2003). “ İşletme Performansını Belirlemede Veri Zarflama Analizi”. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi, 10 (2): 221-229.
- Ulucan Aydın (2000). “Şirket Performanslarının Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı: Genel ve Sektörel Bazda Değerlendirmeler”. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18 (1): 405-418.
- Yeşilyurt Cavit (2009). “ Türkiye’deki İktisat Bölümlerinin Göreceli Performanslarının Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Ölçülmesi: KPSS 2007 Verilerine Dayalı Bir Uygulama”. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23 (4): 135-147.

Çalışanların Bencillik Davranışlarının Motivasyonları Üzerindeki Etkisinde Performanslarının Aracı Etkisi

The Mediator Effect of the Performance of Employees on the Motivation of Selfish Behavior

İbrahim DURMUŞ *

ÖZ

Günümüz yoğun ve farklı çalışma ortamlarında çalışanlar farklı davranış özelliklerine sahip olmaktadır. Bu açıdan çalışanların bencil davranışları, performansları ve motivasyonları yaptıkları işler için önemli ve dikkate alınması gereken faktörlerdendir. Daha evvel gerçekleştirilen çalışmalarda genel olarak çalışanların motivasyonunun performansları üzerindeki etkileri ölçülmüştür. Ayrıca önceki çalışmalarda çalışanların bencil (ben merkezli) davranışlarını ölçen fazla bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan çalışmada daha önce gerçekleştirilen çalışmalardan farklı olarak çalışanların bencil davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisi ölçülürken çalışanların performansının aracı etkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarında çalışanların bencil davranışları motivasyonlarını negatif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Çalışanların bencil davranışları performanslarını yine negatif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Çalışanların performansları ise motivasyonlarını pozitif ve anlamlı olarak etkilemiştir. Ek olarak çalışanların bencil davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisinde performanslarının da tam aracı etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar ile literatüre farklı bakış açıları kazandırılması amaçlanmaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER

Çalışanların Bencil Davranışları, Çalışanların Performansı, Çalışanların Motivasyonları

ABSTRACT

In today's busy and different working environments, employees have different behavioral characteristics. In this respect, selfish behaviors, performances and motivations of employees are important and one of the factors to be taken into consideration for their work. In previous studies, the effects of motivation of employees on their performance were measured in general. In addition, the previous studies did not find many studies measuring selfish (self-centered) behaviors of employees. In this respect, unlike previous studies, the effect of employees' selfish behaviors on their motivation was measured and the mediator effect of employees' performance was tried to be revealed. In the results of the research, the selfish behaviors of the employees had a negative and significant effect on their motivation. The selfish behaviors of the employees also affected their performance negatively and significantly. Employees' performances have a positive and significant effect on their motivation. In addition, it was observed that the performances of the employees had a full mediating effect on the motivation of selfish behaviors. With these results, it is aimed to gain different perspectives to the literature.

KEYWORDS

Selfish Behavior of Employees, Employee Performance, Motivation of Employees

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 09.07.2019 | 31.10.2019 |
| Atıf | Durmuş, İ. (2019). Çalışanların Bencillik Davranışlarının Motivasyonları Üzerindeki Etkisinde Performanslarının Aracı Etkisi. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 853-866. |

GİRİŞ

Günümüz çalışma ortamında çalışanlar farklı özelliklere, farklı örgütsel değerlere ve farklı perspektiflere sahip olabilmektedirler. Bu açıdan çalışanlar çeşitli iç ve dış etmenlerin de etkisi ile iş yerlerinde daha bireysel yaklaşımlara yönelerek ben merkezli (bencil) davranışlar sergileyebilmektedirler. Çalışanların bencil hareket etmeleri performanslarını ve motivasyonlarını etkileyebilir. Ayrıca çalışanlar performansları sonucu elde ettikleri başarı veya başarısızlık hissiyatı onların motivasyonlarını şekillendirebilir. Bu açıdan çalışanların bencillik davranışları, performansları ve motivasyonları çalışma ortamlarının etkisi ile farklı perspektiflerin oluşmasına sebep olabilir.

Günümüz çalışma ortamında bireyler etik olmayan ve bencilce hareket ettikleri davranış biçimlerini azaltmaları gerekmektedir (Noval, 2016: 2). Çalışanların iş performansları çalışma ortamlarından ve çalışanların motivasyonlarından etkilenmektedir (Jayaweera, 2015: 275). Çalışanları motive etmek için yöneticilerin çalışanlarının özel ihtiyaçlarına uygun faktörleri etkili olarak harmanlamaları gerekir (Dartey-Baah ve Amoako, 2011: 7). Bu açıdan çalışanların eğilimleri ve kalıcı değerleri ile diğer bireylerin yaşamlarında fark oluşturması, çalışanların motive olup olmadıklarını ortaya koyar (Grant, 2007: 394). Daha önce gerçekleştirilen çalışmalar çalışanların davranışlarının kaynakları ile nedenlerine ve bu davranışların yoğunluğu ile yönünü etkileyen sebeplere dikkat etmektedir (Yusoff vd., 2013: 19). Ayrıca daha evvel gerçekleştirilen çalışmalar genellikle çalışanların motivasyonlarının performansları üzerindeki etkilerini ölçmektedir. Araştırmada önceki çalışmalardan farklı olarak çalışanların bencil davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisinde performanslarının aracı etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar ile literatüre farklı bakış açıları kazandırılabilir.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Çalışanların Ben Merkezli (Bencil) Davranışları

Kaynak kıtlığı genellikle bencil davranışları (yani başkaları pahasına bireyin kendisine yarar sağlayan davranışlar) artırmaktadır. Bu tür davranışlar çoğu zaman bireyin kendisine en fazla faydayı sağlamaktadır (Roux vd., 2015: 617). Ancak çalışanların organizasyona yüksek derecede ihanet etmeleri organizasyonun hayatta kalmasını tehdit eder. Bu yanlışların bir kısmı bencil hareket eden bazı çalışanlar tarafından bir kısmı ise ortak hareket eden komplocu çalışanlar tarafından meydana gelmektedir (Moberg, 1997: 44).

Çalışanların iş yerlerinde üstlenebilecekleri birden fazla rolü olabilir (Welbourne vd., 1998: 551). Bu roller açısından işyerlerinde çalışanların belirtilen işlerin ötesinde faaliyet göstermesi beklenemez (Tsui vd., 1997: 1094). Bunların yanında örgütsel iletişimde yapının liderliği, kültürü, iş performansı gibi etmenler çalışanın işten ayrılma veya devam niyetinde hayati öneme sahiptir (Biswas, 2009: 614). Çalışanların işlerini yapma becerilerine zarar veren kaynak kesintisi, maaş dondurma, işten çıkarma gibi durumlar ise çalışanların fayda maliyetlerini artırarak çalışanlara daha fazla zarar verebilecektir (Wright, 2013: 743).

Rand'a göre bencillik bir erdemdir. O bencilliği bireysel olarak; yüzüstü, akılsız, sistem ile karşı karşıya gelme cesaretinde olan gerektiğinde kazanç pahasına istekli olarak değil de ihtiyaç olarak inançlarını takip eden kişiler olarak ifade etmiştir (Mintzberg vd., 2002: 69). Oysa Jensen ve Wygat (1990: 224) ise bir bireyin kendi çıkarlarını göz önüne almasının ahlaki olarak kabul edilemez bir davranış olduğunu ifade etmişlerdir. Bu faydacı durumun içsel ahlaktan ziyade bencillik ve kişisel çıkar eylemleri ile bağdaştığını ifade etmişlerdir.

Literatürde bencillik ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; Bevan ve Werhane (2015: 330) çalışmalarında Smith'in kişisel çıkar ile ilgili iki farklı durumu olduğunu ifade etmişlerdir. Birincisi bireyin duygularının, motivasyonunun ve yargılarının kendi çıkarlarına konu olmasıdır. İkinci olarak ise birey ve örgüt kıstasında bireyin kendi çıkarlarını göz önüne alarak başkalarına karşı ilgisiz davranabileceklerini veya bencil olabileceklerini ifade etmişlerdir. Onlar ayrıca sadece kendisi ile ilgilenen ve kendi çıkarlarını faaliyette bulunduğu iş yerinin çıkarlarından daha üstün tutabilecek bireylerin olabileceğini vurgulamışlardır. Chen (2014: 225) araştırmasında çalışanların kendilerine sunulan sınırlı kaynakların onların daha bencilce veya ahlak dışı düşüncelerine sebep olabileceğini ifade etmiştir. Dubois ve diğerleri (2015: 447) ise çalışmalarında ahlaki olmayan davranışların genellikle bencillik ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Judge ve Ilies (2004: 154) çalışmalarında iş yerinde çalışanların ben merkezli olmalarının faydalı olup olmadıkları konusunda birçok tartışmanın olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmalarında bazı araştırmacıların çalışanların ben merkezli olmalarının zararlı olduğunu vurgulamışlardır. Forde ve Kennedy (1997: 281) ise araştırmaları sonucunda görev yönelimi yüksek olanların ve bencil olmayan kişilerin mağdur olma olasılıklarının daha yüksek olabileceğini ifade etmişlerdir.

1.2.Çalışanın Performansı

Son yıllarda birçok firma bireysel ödemelerini çalışanların bireysel performans ölçülerine göre yapmaya başlamışlardır (Long, 2000: 487). Bu organizasyonlarda çalışan bireylerin yüksek performansları kariyerlerinin gelişimine katkıda bulunacaktır (Sani, 2013: 58). Bu açıdan performans değerlendirmeleri çalışanın gelişimini, kariyerini ve iktisadi getirilerini etkiler (Spence ve Keeping, 2010: 588). Ayrıca çalışanların grup düzeyinde yapılan araştırmaları dikkate alındığında ise gruplar ve çalışanlara etkisi arasında olumlu ilişkiler olduğu gözlemlenmiştir (Perter vd., 2003: 139).

Çalışanların performans ölçümlerinde onların yetenekleri, fırsat değişkenleri ve çalışanların kişilik özellikleri motivasyonel değişkenler olarak etkili olabilir. Çalışanların performansları bu değişkenler ile birlikte örgütsel politikalar, teşvikler, ödül sistemleri ve prosedürler tarafından oluşturulan geri bildirimler arasındaki karmaşık etkileşim ile gerçekleşmektedir (Dvivedi, 1980: 574). Bu geri bildirimler çalışanların performansları açısından hatalara karşı uyarıcı nitelik taşır ve çalışanların hatalarını düzeltmelerine yardımcı olur (Fernandez ve Moldogaziev, 2013: 492).

Daha önce çalışanların performansı ile ilgili yapılan araştırmalarda çalışanların organizasyon içerisinde katılımlarının problemleri çözme becerilerini kullanmaları içi faydalı bir yol olduğunu ifade etmişlerdir (Abbas ve Yaqoob, 2009: 275). Chaurasia ve Shukla (2014: 344-346) çalışmalarında çalışan ile işveren arasındaki kaliteli ilişkilerin çalışanın psikolojik sermayesinin gelişmesini sağlayacağını ifade etmişlerdir. Ayrıca çalışmada yüksek düzeyde psikolojik sermayeye sahip olan çalışanların organizasyona daha fazla katılım sağlayabileceklerini ve daha iyi performans sergilemelerine teşvik edici bir nitelik taşıyabileceğini ifade etmişlerdir. Sattar ve diğerleri (2015: 90) ise araştırmaları sonucunda çalışanların organizasyonda katılımını artırmada eğitim, güçlendirme ve ödüllendirme gibi insan kaynakları uygulamalarının organizasyonun gücünü ve kalkınmasını sağlamasında çalışanların performanslarını ve memnuniyetlerini olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Cullen ve diğerleri (2014: 276) çalışmalarında organizasyonlarda belirsizliği anlamak için memnuniyet ve performansın direnişle mücadele ve değişimle başa çıkmada çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Spreitzer ve Mishra (1999: 175) çalışmalarında çalışanların üst seviyelerde yönetime katılmalarının örgütsel performans ile ilişkili olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Çalışanların performansları ile ilgili diğer çalışmalar incelendiğinde; Akanbi (2011: 12) araştırması sonucunda çalışan performansının motivasyondaki artış ile geliştiği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmalarında ayrıca çalışanların iş yeri tarafından verilen ödüllere büyük değer verdiği, zira bu ödüller verilmediğinde çalışanların düşük performans gösterdiği ve işleri bağlı olmama durumlarından dolayı memnuniyetsizliklerini ifade etme eğiliminde oldukları sonuçlarına ulaşmıştır. Pandey (1988: 88-91) çalışması sonucunda güç ve bağlılık motivasyonlarının performans ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca araştırması sonucunda yüksek düzeyde bir performans elde etmek için çalışanların etkili bir performans yeteneklerinin ve motivasyonlarının olması gerektiğini vurgulamıştır. Zameer ve diğerleri (2014: 298) araştırmaları sonucunda çalışanların iş zenginleştirme, iş güvencesine uygun maaş ve diğer ek teşvikler ile çalışanların motive edilmesinin performanslarını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Uzonna (2013: 209-210) araştırması sonucunda çalışanların motivasyonu ve performansları açısından; Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin ve Herzberg'in iki faktörlü teorisi gibi teorilerin temel bileşenlerinin iş yerleri (veya yöneticiler) tarafından çalışanlarını gerçek anlamda anlayabilmeleri için dikkat edilmesi gereken teoriler olduğunu ifade etmiştir. Araştırmasında ayrıca bu kavramların iyi kavranması ve uygulanması ile çalışanların daha yüksek performans ortaya koyabileceklerini vurgulamıştır.

1.3.Çalışanların Motivasyonu

Motivasyon; davranışlara enerji veren, davranışları yönlendiren ve davranışı sürdüren durum anlamına gelmektedir. Yani bireyin davranışsal bir durumda sergilediği çabanın derecesi ve türü olarak ifade edilebilir. Motivasyon ayrıca bu çabanın yönü ve kalitesi ile de ilgilidir (Perry ve Porter, 1982: 89).

Günümüzde kuruluşların en büyük problemlerinden biri çalışan personelini başarıya yönelik istekli ve ilgili olmalarını gerektiren teknikleri geliştirmemeleridir. Bunu için yöneticilerin öncelikli görevi çalışanlarını en üst düzeyde performans sağlayacak şekilde motive etmeleridir (Azar ve Shafiqhi, 2013: 433). Yöneticilerin iş yerlerinin performanslarını artırmaları ve yeteneklerini kullanabilmeleri için çalışanları neyin motive ettiğini belirlemeleri gerekir. Örneğin çalışanlara verilen ücret, eğitim, etkili iletişim, çalışanların kıdem alması ve sağlıklı bir çalışma ortamı gibi etmenler etkili olabilir (Anyim vd., 2012: 37-38). Ayrıca çalışanların iş yerlerindeki motivasyonlarını geliştirmelerinde liderlik davranışı sergileyen bireylerde önemlidir. Yani liderin güveni, desteği, hedef vurgusu, grup etkileşimi gibi psikolojik ve hiyerarşik etkilerde davranışlar çalışanların iş motivasyonunu ve verimliliklerini etkileyebilmektedir (Tyagi, 1985: 77). Bu açıdan örgütün çevresel olarak

iyileştirilmesinde motivasyon, örgüt kültürü tarafından destek görebilir veya görmeyebilir (Govindarajulu ve Daily, 2004: 366).

Peter Drucker, uzun bir zaman önce insanları kontrol etmekten çok insanları motive etmek için hedeflerin kullanılması gerektiğini vurgulamıştır (Hijazi, 1999: 906). Herzberg (1959) ise çalışanların motivasyon ile ilgili iş faktörlerini; tanımlama, başarı, büyüme olasılığı, ilerleme, sorumluluk ve kendi kendine çalışma olarak sıralamıştır (Akt., Tietjen ve Myers, 1998: 226). Bu açıdan bir organizasyonda çalışanların işlerine (üretim) yönelik motivasyonlarını; ücret, statü veya çalışanların o organizasyona karşı hissettikleri etkili olabilir (Akaoka, 1983: 31).

Daha evvel çalışanların motivasyonu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; Thompson (1996: 189) çalışması sonucunda en başarılı kuruluşlardaki özelliğın hem kurumun hem de çalışanın başarısında iletişim kurma konusunda yetenekli bir liderin varlığının olduğunu ortaya koymuştur. Corey (1973: 39) ise çalışmasında çalışanları motive edici faktörler arasında; çalışan ile işveren arasındaki iyi iletişim, denetim yetkinliği, tatmin edici eğitim olanakları, yeterli düzeyde tanınma, işten zevk alma, iş süresindeki güvenlik, çalışanlar arasındaki olumlu ilişkiler ve çalışanların teşvik edilmesi gibi faktörlerin yer aldığını ifade etmiştir. Hitka ve Balazova (2015: 115) araştırmaları sonucunda çalışanların temel maaşları, daha fazla parasal ödül ve farklı eğitim biçimleri, iş güvenliği ve sosyal politika yolu ile motive dildiklerini ortaya koymuşlardır.

Memnuniyet motivasyon değildir (Manners vd., 1997: 32). Bu açıdan Padaki (1984: 482) çalışmasında çalışanların yaptıkları işlerin özelliklerine göre motivasyonlarını ve memnuniyetlerini etkileyen psikolojik durumların olduğunu ifade etmiştir. Motivasyon ve memnuniyet deneyimlerinin ‘duygusal durumlar’ ve ‘deneyimler’ ile ifade edilebileceğini vurgulamıştır. Ayrıca çalışmasında bu değişkenler arasındaki farklılaşmanın önemli düzeyde olmadığını çünkü bu durumların ortak duyguların ürünü olduğunu ifade etmiştir. Bu açıdan Ali ve Ahmed (2009: 278) araştırmalarının sonucunda ödül ve takdir ile motivasyon ve memnuniyet arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler elde etmişlerdir. Onlar çalışanlara verilen ödüllerin ve takdirin motivasyonları üzerinde olumlu bir etkisinin olabileceğine ve bu durumun çalışanların daha fazla iş performansı göstermelerine sebep olabileceğini vurgulamışlardır.

Çalışanların motivasyonu ile ilgili gerçekleştirilen diğer çalışmalar incelendiğinde; Bright (2007: 374) çalışması sonucunda kamu hizmetleri motivasyonu ile kamu çalışanlarının iş performansları üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca çalışmasında çalışanlar ve örgütleri arasındaki uyum arttıkça iş performanslarının da arttığını ifade etmiştir. Benston (1963: 354) ise çalışmasında yerinden yönetimin motivasyonun etkinliğine katkıda bulunduğunu ifade etmiştir. Lu (1999: 70) ise araştırması sonucunda iş motivasyonunun çalışanın refahı üzerinde önemli etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca çalışmada içsel motivasyonun genel iş tatminine olumlu katkıları olurken dışsal motivasyonun depresyona olumlu etkilerinin olduğu sonuçlarını ortaya koymuştur. Osterloh ve Frey (2000: 546) çalışmalarında içsel motivasyonun firmalar için önemli olduğunu ifade ederek içsel motivasyonda güven oluşturabilmek için bilgi üretme ve bilgiyi aktarma olanaklarının etkili bir şekilde yerine getirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Muogbo (2013: 148) ise çalışmasında bir organizasyonda çalışanlara verilen dışsal motivasyonun çalışanların performansı üzerinde önemli bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Çalışanların motivasyon ve performans değişkenleri dikkate alındığında; Wiley (1997: 276) araştırması sonucunda çalışanların işlerine yönelik kendilerinin motive olmasını sağlayan beş değişkeni; iyi bir ücret, gerçekleştirilen işte takdir görme, yapılan işin güvenliği, organizasyonda tanıtım ile büyüme ve ilginç bir çalışma olarak sıralandığını gözlemlemiştir. Manzoor (2011: 37) ise araştırmasında çalışanların performansı temel olarak değerlendirildiğinde çalışanların motivasyonu, çalışan memnuniyeti, tazminat, eğitim ve gelişim, iş güvenliği ve organizasyon yapısı gibi birçok faktöre bağlı olduğunu ifade etmiştir. Gerçekleştirilen araştırmada ise çalışanların performansları ve motivasyonlarının yanında bencillik davranışlarına da odaklanılmıştır. Daha evvel gerçekleştirilen araştırmalarda çalışanların bencillik (ben merkezli olma) davranışları fazla çalışılmamıştır. İş yerlerinde çalışan bireyler günümüz şartlarında birçok kez kolektif hareket edememekte bireyselliklerini ön plana çıkarabilmektedirler. Ayrıca önceki çalışmaları birçoğunda çalışanın motivasyonunun performansı üzerindeki etkileri ölçülmüşken araştırmada çalışanların performanslarının motivasyonları üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Sonuç olarak organizasyonlarda yapılan işlerin performans açısından yerine getirilmesi çalışanların motivasyonunu etkileyebilir.

2.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1.Çalışmanın Önem Derecesi ve Amacı

Günümüzde birçok farklı alanda çalışan bireyler çalışma ortamlarından ötürü bencil davranış şekilleri ortaya koyabilmektedirler. Çalışanların bu bencil davranışları hem motivasyonlarını hem de performanslarını şekillendirebilmektedir. Bu açıdan araştırmada çalışanların bencil davranışlarının performanslarının

üzerindeki etkisi ölçülürken motivasyonlarının da aracı etkisi ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Elde edilecek sonuçlar ile literatüre farklı bakış açıları kazandırılabilir.

2.2.Örneklem Süreci

Araştırmanın bulguları ve analizlerine ilişkin veriler 2019 yılı içerisinde Türkiye’de Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgelerinde kamuda (Üniversite ve SGK çalışanları) ve özel sektörde (giyim mağazaları ve farklı hizmet sektörlerinde –çağrı merkezi gibi-) faaliyette bulunan 412 çalışana elektronik anket yönetimi ile erişim sağlanarak geri dönüşüm alınmıştır. Çalışmada çalışanların bencil davranışları, motivasyonları ve performansları ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmada AMOS 24 ve SPSS 21 paket programlarından faydalanılmış ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

2.3. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada kullanılan ölçekler araştırmanın konusu ile ilgili daha evvel gerçekleştirilen benzer çalışmalar dikkate alınarak araştırma ölçeğine eklenmiştir. Çalışma ölçeğinde kullanılan faktörler çalışanların iş yeri ortamı ve çalışanların kültürel değerleri dikkate alınarak uygulamaya koyulmuştur. İlgili ölçekler ve kaynaklar tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1: Araştırmanın Ölçekleri

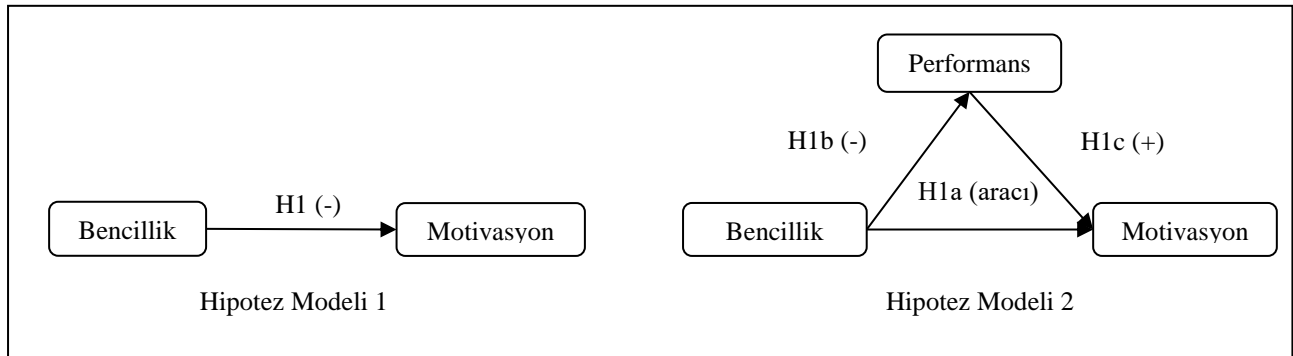
| Ölçek | Maddeler | Kaynak |
|---|----------|-----------------------------|
| Çalışanların Ben Merkezli (Bencil) Davranışları (B) | 4 | Forde ve Kennedy, 1997: 274 |
| Çalışanların Performansı (P) | 4 | Gong vd., 2009: 769 |
| Çalışanların Motivasyonları (M) | 5 | Sengupta, 2011: 114 |

Araştırmanın ölçekleri ortaya koyulurken daha önce gerçekleştirilen çalışmalar dikkate alınmıştır. Bu çalışmalardan çalışanların bencillik davranışlarını ortaya koyan ölçek Forde ve Kennedy (1997)’nin çalışmasından, çalışanların motivasyonlarını ölçmek için ortaya koyulan sorular Sengupta (2011)’nin çalışmasından ve çalışanların performansını ifade eden ölçek soruları ise Gong ve diğerlerinin (2009) çalışmalarında ifade ettikleri ölçeklerden alınarak ilgili araştırmaya uyarlanmıştır.

2.4. Araştırma Modeli

Araştırma modeli oluşturulurken literatürde daha evvel konu ile ilgili çalışmalar; Forde ve Kennedy (1997), Barrick ve diğerlerinin (2002), Gong ve diğerlerinin (2009), Sengupta (2011), Lin ve Liu (2012) ve Guo ve diğerlerinin (2014) çalışmaları dikkate alınarak araştırma modeli aşağıda şekil 1’deki gibi ifade edilmiştir.

Şekil 1: Çalışmanın Hipotez Modeli



Araştırma ile oluşturulan hipotezler aşağıda ifade edilmiştir:

H1: Çalışanların iş yerlerindeki bencillik davranışları motivasyonlarını negatif ve anlamlı olarak etkiler.

H1a: Çalışanların iş yerlerindeki bencillik davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisinde performansları aracı etkiye sahiptir.

H1b: Çalışanların iş yerlerindeki bencillik davranışları performanslarını negatif ve anlamlı olarak etkiler.

H1c: Çalışanların iş yerlerindeki performansları motivasyonlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

2.5. Analiz ve Bulgular

Çalışmanın analiz ve bulgularını ifade eden değişkenler aşağıdaki başlıklar altında detaylı bir şekilde incelenmiştir.

2.5.1. Demografik Veriler

Araştırma ile ilgili demografik verileri aşağıda tablo2’de ortaya koyulmuştur.

Tablo2: Araştırmada Elde Edilen Demografik Sonuçlar

| Yaş | Frekans | Yüzde | Cinsiyet | Frekans | Yüzde |
|-------------------------|----------------|--------------|----------------------|----------------|--------------|
| 23 veya altı yaş | 14 | 3,4 | Kadın | 234 | 56,8 |
| 24-28 yaş aralığı | 113 | 27,4 | Erkek | 178 | 43,2 |
| 29-33 yaş aralığı | 135 | 32,8 | Toplam | 412 | 100,0 |
| 34-38 yaş aralığı | 83 | 20,1 | | | |
| 39-43 yaş aralığı | 29 | 7,0 | Eğitim Durumu | Frekans | Yüzde |
| 44 ve üzeri yaş aralığı | 38 | 9,2 | İlköğretim | 2 | ,4 |
| Toplam | 412 | 100,0 | Ortaokul veya Lise | 14 | 3,4 |
| Aylık Gelir | Frekans | Yüzde | Ön lisans | 14 | 3,4 |
| 2000 TL ve altı | 32 | 7,8 | Lisans | 177 | 43,0 |
| 2001- 3600 TL | 71 | 17,2 | Lisansüstü | 205 | 49,8 |
| 3601 – 5200 TL | 149 | 36,2 | Toplam | 412 | 100,0 |
| 5201 – 6800 TL | 107 | 25,8 | | | |
| 6801 ve üzeri | 53 | 13,0 | İdari Görev | Frekans | Yüzde |
| Toplam | 412 | 100,0 | Evet | 97 | 23,5 |
| Tecrübe | Frekans | Yüzde | Hayır | 315 | 76,5 |
| 1-4 yıl tecrübe | 131 | 31,8 | Toplam | 412 | 100,0 |
| 5-8 yıl tecrübe | 138 | 33,5 | | | |
| 9-12 yıl tecrübe | 56 | 13,6 | Kurum | Frekans | Yüzde |
| 13-16 yıl tecrübe | 29 | 7,0 | Kamu | 308 | 74,8 |
| 17 yıl ve üzeri tecrübe | 58 | 14,1 | Özel Sektör | 104 | 25,2 |
| Toplam | 412 | 100,0 | Toplam | 412 | 100,0 |

Araştırmada tablo 2’de elde edilen sonuçlar dikkate alındığında; çalışmaya katılanların büyük kısmı kadın (234 çalışan - %56,8) çalışanlardan oluşmaktadır. Katılımcılar yaşları açısından değerlendirildiğinde 29-33 yaş aralığı (135 çalışan - %32,8) ve 24-28 yaş aralığına (113 çalışan - %27,4) sahip olan çalışanlar çoğunluğu oluşturmaktadır. Çalışanların geliri dikkate alındığında ise en fazla 3601 – 5200 TL (149 çalışan - % 36,2) gelire sahip olanların daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim durumları incelendiğinde lisansüstü (205 çalışan - % 49,8) eğitime sahip olanların çoğunluğu oluşturduğu gözlemlenmektedir. Çalışanların en fazla 5-8 yıl (138 çalışan - %33,5) ve 1-4 yıl (131 çalışan - % 31,8) arası tecrübeye sahip oldukları, idari görev olarak birçoğunun idari görevinin olmadığı (315 çalışan - % 76,5) ve birçoğunun kamuda (308 çalışan - % 74,8) çalıştığı sonuçlarına ulaşılmaktadır.

2.5.2. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada meydana getirilen model SPSS 21 ve AMOS 24 paket programları yardımı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında araştırmada ölçme aracı olarak kullanılan 13 maddenin ana kütleyle uygulanması sonucu çalışmanın tamamının güvenilirliği ortaya koyan Cronbach Alpha değeri = ,766 ve geçerliliğini ortaya koyan Kaiser-Meyer-Olkin değeri = ,777 olarak hesaplanmıştır. Araştırma modelinin toplam varyansa katkısı ise 56,490 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar çalışmanın geçerli ve güvenilir sonuçlar ortaya koyduğunu göstermektedir (Jayaweera, 2015: 273; Battal vd., 2017: 19). Araştırmada her bir ölçeğin faktör yüklerine ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları aşağıda tablo3’te belirtilmiştir.

Tablo3: Faktör ve Güvenilirlikler

| Faktörler | Maddeler | Cronbach’s Alpha | KMO |
|--------------------------------------|----------|------------------|------|
| Çalışanların Bencil Davranışları (B) | 4 | ,726 | ,700 |
| Çalışanların Motivasyonları (M) | 5 | ,716 | ,710 |
| Çalışanların Performansı (P) | 4 | ,783 | ,752 |

Tablo3’te elde edilen faktör ve güvenilirlik analizleri sonuçlarında çalışanların bencil davranışlarını, motivasyonlarını ve performanslarını ifade eden ölçeklerin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu

görülmektedir. İlgili sonuçlar tablo 3 ve tablo 4'te ifade edilmiştir (Zhang vd., 2014: 429-432; Chiang ve Hsieh, 2012: 185; Kuvaas, 2006: 517-518). Araştırma ölçeklerinde en fazla güvenilirlik ve geçerlilik çalışanların performansı ölçeği ile elde edilmiştir.

Tablo 4: Araştırmanın Güvenilirliği ile Faktör Analizleri Verileri

| Araştırma Faktörleri | | Alpha (Yüzde) | Açıklanan Varyans (%) | Faktör Yüklü | R ² |
|----------------------|---|-----------------|-----------------------|--------------|----------------|
| B1 | Başkalarının işlerini zorlaştırsa da iş yerimde önce kendime bakarım. | ,726 (%72,6) | 56,168 | 0.67 | 0.45 |
| B2 | İş yerimde çalışma arkadaşlarıma karşı sempatik değilim. | | | 0.68 | 0.46 |
| B3 | Çalışma arkadaşlarıma üzdüğüm hususlar var ise bu onların sorunu benim değil. | | | 0.79 | 0.62 |
| B4 | İş yerimde çalışma arkadaşlarıma problem oluştursa da istediklerimi yaparım. | | | 0.84 | 0.71 |
| M1 | Zihnimin sakin olması iş yerimdeki etkinliğimi artırır. | ,716 (%71,6) | 49,074 | 0.66 | 0.44 |
| M2 | İş yerimde iç huzurun olmasını severim. | | | 0.65 | 0.42 |
| M3 | İşim yaşamın amacımı anlamama yardımcı olur. | | | 0.50 | 0.25 |
| M4 | İş yerimde iyi bir performans için disiplin gereklidir. | | | 0.72 | 0.52 |
| M5 | Güne başlamadan önce aklımı yapacağım işlere yoğunlaştırırım. | | | 0.80 | 0.64 |
| P1 | İş yerimin genel performansına önemli katkılarda bulunurum. | ,783 (%78,3) | 61,343 | 0.81 | 0.66 |
| P2 | Çalışma birimimin en iyi çalışanlarından biriyim. | | | 0.83 | 0.69 |
| P3 | İşim ile ilgili görevlerimi zamanında tamamlarım. | | | 0.58 | 0.34 |
| P4 | İş yerimdeki performansım yöneticimin beklentisini her zaman karşılar. | | | 0.68 | 0.46 |

Tablo 4'te ifade edilen analiz sonuçları dikkate alındığında; açıklanan varyansa en fazla katkı çalışanların performans (61,343) ölçeğinden, sonra çalışanların bencilliği (56,168) ölçeğinden ve çalışanların motivasyonu (49,074) ölçeklerinden sağlandığı gözlemlenmektedir. Çalışma ölçekleri güvenilirlikleri açısından değerlendirildiğinde çalışanların performansı ölçeği en fazla güvenilirliğe (,783) sahip olmuştur. Devamında araştırmanın güvenilirliği çalışanların bencillik davranışları (,726) ve çalışanların motivasyonları (,716) olarak sıralanmıştır.

Araştırmaya faktör yükleri açısından bakıldığında ise, çalışanların bencillik davranışı ölçeğine en fazla katkıyı B4 (0.84) sorusu sağlamıştır. Bu seçenek ile çalışanların iş yerlerinde çalışma arkadaşlarına problem oluştursa da istediklerini yaptıklarını ifade etmişlerdir. Çalışanların motivasyon ölçeği dikkate alındığında ise ölçeğe en fazla katkıyı M5 (0.80) seçeneği sağlamıştır. Bu seçenekte ise çalışanlar güne başlamadan önce aklını yapacakları işlere yoğunlaştırdıklarını ifade etmişlerdir. Çalışanların performans ölçeği incelendiğinde en fazla katkıyı P2 (0.83) seçeneği sağlamıştır. Bu seçenekte ise çalışanlar çalışma birimlerinin en iyi çalışanlarından biri olduklarını ifade etmişlerdir.

2.5.3. Araştırma Model 1'in Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Gerçekleştirilen çalışmaya ilişkin araştırma modeli 1'in AMOS analiz sonuçları tablo 5'te ifade edilmiştir. Tabloda daha önce literatürde gerçekleştirilen çalışmalar ile kabul edilen indeksler, kabul edilen değer aralıkları ve araştırma uygulanması ile elde edilen ölçüm modeli sonuçları dikkate alınarak analizler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca uygulama sonuçları ile elde edilen veriler literatürdeki benzer çalışmalar dikkate alınarak yorumlanmıştır.

Tablo 5: Literatür İndeksleri ve Model 1'in Araştırma Modeli Sonuçları

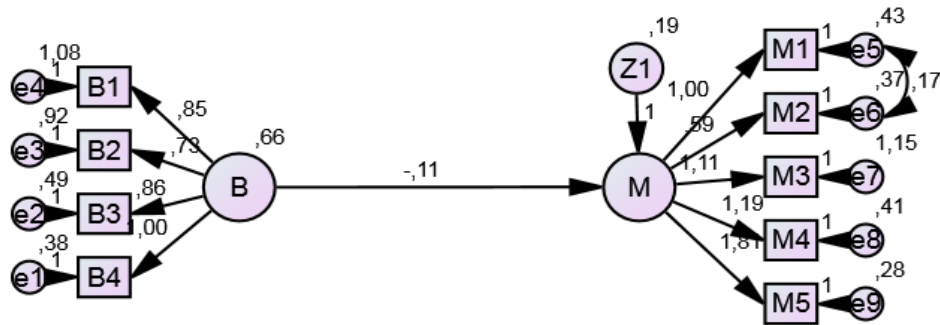
| Literatür İndeksleri | Kabul Edilebilir Değerler | Araştırma Modeli |
|----------------------|---------------------------|------------------|
| RMSEA | $<,05-.08\leq$ | ,072 |
| CMIN/DF | $0 < \chi^2/sd \leq 5$ | 3,743 |
| IFI | $>,90$ | ,923 |
| TLI | $>,90$ | ,888 |
| CFI | $>,90$ | ,922 |
| RMR | $<,1$ | ,050 |

Araştırmada tablo 5'te ulaşılan sonuçlar dikkate alındığında araştırmannın TLI değeri dışında diğer değerlerinin literatürde kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer aldığı gözlemlenmektedir. Bu sonuçlar bütün olarak incelendiğinde araştırmannın uygulanabilir olduğunu ortaya koymaktadır (Guo vd., 2014: 735; Vandenaabeele, 2016: 34).

Tablo 6: Araştırmannın Regression Ölçüm Modeli Sonuçları

| Modeldeki İlişkilendirmeler | Standardize β | S.E. | p | Hipotez | Açıklama |
|-----------------------------|---------------------|------|------|---------|----------|
| B → M | -,107 | ,036 | ,003 | H1 | Kabul |

Çalışma tablo 6'da regression ölçüm modeli sonuçları dikkate alındığında çalışanların bencillik davranışlarının motivasyonları üzerinde negatif (-,107) ve anlamlı (,003) etkilerinin olduğu görülmektedir. Model 1'e ait bu sonuçlar aşağıda şekil 2'de gösterilmiştir ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

Şekil 2: Model 1 Yapısal Eşitlik Modeli Sonucu

Şekil 2'de elde edilen sonuçlar dikkate alındığında; araştırma hipotez modelinde çalışanların motivasyon değerlerini ölçen M1 ve M2 değişkenleri üzerinde modifikasyon gerçekleştirilmiştir. Bu durum model 1 ölçeğinin AMOS uygulama sonuçları ile literatürde kabul edilebilir seviyeler içerisinde uyumlu olabilmesini sağlamak için gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada model 1'de çalışanların bencillik davranışlarının motivasyonları üzerinde negatif ve anlamlı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç oluşturulan h1 hipotezinin kabul edildiğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç iş yerlerinde çalışanların ben merkezli hareket etmelerinin ilginç bir şekilde aslında kendi motivasyonlarını olumsuz olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç çalışan bireylerin bencil hareket etmelerinin motivasyonlarını düşürücü bir etki uyandırdığını ortaya koymaktadır.

2.5.4. Araştırma Model 2'nin Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Araştırma model 2'ye ait elde edilen AMOS sonuçları aşağıda tablo 7'de belirtilmiş ve elde edilen sonuçlar literatür çerçevesinde yorumlanmıştır.

Tablo 7: Literatür İndeksleri ve Araştırma Modeli Sonuçları

| Literatür İndeksleri | Kabul Edilebilir Değerler | Araştırma Modeli |
|----------------------|---------------------------|------------------|
| RMSEA | $<.05-.08 \leq$ | ,066 |
| CMIN/DF | $0 < \chi^2/sd \leq 5$ | 3,277 |
| TLI | $>.90$ | ,887 |
| IFI | $>.90$ | ,914 |
| CFI | $>.90$ | ,913 |
| RMR | $<.1$ | ,053 |

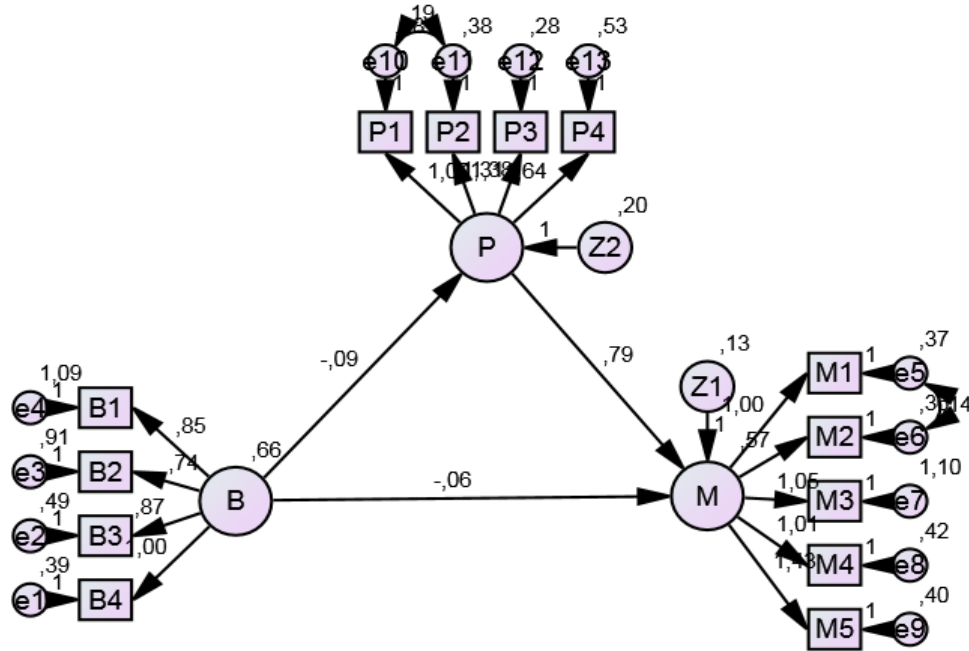
Araştırmada Yapısal Eşitlik Modeli sonuçları incelendiğinde modelin TLI değeri dışında literatürde kabul edilen değerler içinde yer aldığı gözlemlenmektedir. Bu sonuçlar araştırma modelinin uygulanabilir olduğunu ortaya koymaktadır (Barrick vd., 2002: 5; Yuan ve Woodman, 2010: 333).

Tablo 8: Araştırmanın Aracı Etkili Regression Ölçüm Modeli Sonuçları

| Modeldeki İlişkilendirmeler | Standardize β | S.E. | p | Hipotez | Açıklama |
|-----------------------------|---------------------|------|------|---------|----------|
| B \rightarrow P | -,085 | ,037 | ,019 | H1b | Kabul |
| P \rightarrow M | ,793 | ,115 | *** | H1c | Kabul |
| B \rightarrow M | -,063 | ,036 | ,078 | H1a | Kabul |

Araştırmada daha önce gerçekleştirilen çalışmalar dikkate alınarak çalışanların bencillik davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisi ölçülürken performanslarının aracı etkisi ortaya koyulurken önceki çalışmalarda kullanılan ölçekler ve elde edilen sonuçlar ile yorumlanmıştır. Daha evvel gerçekleştirilen çalışmalarda aracı etkinin ortaya koyulmasında ilgili regression ölçüm modeli sonucunda p değerinin anlamsız ($p > 0,05$) olması gerekmektedir (Chiang ve Hsieh, 2012: 184-185; Okan ve Akyüz, 2015: 169-170). Araştırma tablo 8’de elde edilen sonuçlar incelendiğinde; çalışanların bencil davranışları performanslarının negatif (-,085) ve anlamlı ($p = ,019$) olarak etkilemiştir (H1b kabul). Çalışanların performansları ise motivasyonlarını pozitif (.793) ve anlamlı ($p = ,000$) olarak etkilemiştir (H1c kabul). Ayrıca çalışanların bencil davranışları motivasyonlarını negatif (-,063) ve anlamsız ($p = ,078$) olarak etkilediği (H1a kabul) sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu sonuçlar araştırma hipotezlerinin tamamının kabul edildiğini ortaya koymaktadır. Araştırma model 2’ye ilişkin veriler şekil 3’te ortaya koyulmuştur.

Şekil 3: Model 2 Yapısal Eşitlik Modeli Sonucu



Araştırmada şekil 3’te ifade edilen sonuçlara bakıldığında çalışanların bencil davranışlarının motivasyonları üzerindeki negatif ve anlamsız etkisinde çalışanların performanslarının tam aracı etkisi olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum çalışanların bencillik davranışlarının motivasyonları üzerinde dolaylı (performans üzerinden) etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma sonuçlarında çalışanların bencillik davranışlarının performanslarını negatif ve anlamlı olarak etkilediği görülmektedir. Ayrıca çalışanların

performanslarının da motivasyonlarını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği çalışma sonuçları ile ortaya koyulmuştur.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüzde farklı sektörlerde faaliyette bulunan çalışanların çalışma ortamındaki bencil davranışları, performansları ve motivasyonları çeşitli sebeplerden ötürü etkilenebilmektedir. Bu açıdan araştırma sonuçlarında çalışanların bencil davranışlarının performanslarını negatif ve anlamlı olarak, performanslarının motivasyonlarını pozitif ve anlamlı olarak ve bencil davranışlarının da motivasyonlarını negatif ve anlamlı olarak etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada çalışanların bencil davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisinde performanslarının da tam aracı etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırma sonuçlarında çalışanların bencil davranışlarının hem motivasyonlarını hem de performanslarını negatif ve anlamlı olarak etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır. Judge ve Ilies (2004) araştırmalarında çalışanların bencil davranışlarının organizasyon için faydalı olmadığını dile getirmişlerdir. Bevan ve Werhane (2015) çalışmalarında çalışanın kendi çıkarını çalıştığı iş yerinin çıkarlarından daha üstün tutmasının bencilce hareket ettiklerini ortaya koyduğunu ifade etmişlerdir. Chen (2014) ise çalışmada çalışanlara sunulan sınırlı kaynağın bencilce davranışlarına sebep olabileceğini vurgulamıştır. Dubois ve diğerleri (2015) ise bencillik ile ahlaksız davranışların ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu sonuçlar çalışanların bencil davranışlarının organizasyon için faydalı olmadığını ortaya koymaktadır. Çalışanların bencilce hareket etmelerine sebep olabilecek bir değişken organizasyonların sağladığı sınırlı kaynaklar olabilir. Çalışanların bencilce davranış sergilemelerine sebep olabilecek başka etmenler de söz konusu olabilir.

Araştırmada çalışanların bencil davranışlarının performanslarını negatif ve anlamlı olarak etkilediği, çalışanların bencil davranışlarının motivasyonlarını negatif ve anlamlı olarak etkilediği, çalışanların performansının ise motivasyonlarını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği ve performansın tam aracı etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Chaurasia ve Shukla (2014) araştırmalarında üst düzeyde psikolojik sermayeye sahip olan çalışanların daha iyi performans sergileyebileceklerini ifade etmişlerdir. Muogbo (2013) bir örgütte çalışanlara verilen dışsal motivasyonun çalışanların performansı üzerinde önemli etkisinin olduğunu belirtmiştir. Sattar ve diğerleri (2015) İnsan kaynakları çalışmalarının çalışanların performansını olumlu yönde etkileyebileceğini vurgulamışlardır. Akanbi (2011) ise çalışmada çalışan performansının motivasyondaki artış ile geliştiğini ifade etmiştir. Pandey (1988) güç ve bağlılık motivasyonunun performans ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Corey (1973) çalışma ortamında çalışanları motive edici faktörleri; çalışan ile işveren arasındaki olumlu iletişim, tatmin edici eğitim olanakları, denetim yetkinliği, yeterli düzeyde tanınma, iş süresindeki güvenlik, işten zevk alma, çalışanlar arasındaki olumlu ilişkiler ve çalışanların teşvik edilmesi gibi faktörlerin etkili olduğunu ifade etmiştir. Hitka ve Balazova (2015) ise bunlara ek olarak maaşın, parasal ödüllerin ve sosyal olanakların çalışanları motive ettiğini ifade etmişlerdir. Zameer ve diğerleri (2014) ise çalışanların iyi motive edilmelerinin performanslarını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Örnek verilen bu çalışmalar dikkate alındığında çalışanların motive edilmesinin (ücret, iş güvencesi, teşvikler gibi) performansları üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada çalışanların performanslarının motivasyonları üzerinde nasıl bir etki bıraktığı araştırılmış ve pozitif ve anlamlı etkileri olduğu görülmüştür. Bu sonuç çalışanların bencil davranış sergilemelerinin performanslarını olumsuz olarak etkilediğini ancak performansları sonucunda elde ettikleri çıktılarının motivasyonlarını pozitif olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Çalışanların iş yerlerinde gösterdikleri performans düzeylerinin yeterli olduğu algısı motivasyonlarını olumlu yönde etkilemiş olabilir. Çalışanların iş yerlerinde motive edici faktörler ile hareket etmeleri sağlanıyor ise çalışanların performansları veya motivasyonları bu durumlardan olumlu olarak etkilenmiş olabilir. Ayrıca çalışmada elde edilen verilerin birçoğu kamuda çalışanlardan oluşmaktadır. Bu durum çalışanların işleri ile ilgili fazla kaygı taşımamalarını ve dolayısı ile performanslarının ve motivasyonlarının bu durumlardan olumlu yönde etkilenmelerine sebep olmuş olabilir.

Sonuç olarak çalışanların bencillik davranışlarının hem motivasyonlarını hem de performanslarını negatif ve anlamlı olarak etkilemesi; çalışanların iş yerlerinde bir bütün içerisinde (ekip gibi) hareket etmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu hem organizasyon hem de çalışanlar açısından daha olumlu sonuçların alınmasını sağlayabilir. Ayrıca çalışanların bencillik davranışlarının motivasyonları dolaylı olarak etkilemesinde performanslarının da oldukça önemli olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum da çalışan motivasyonunun sadece performans öncesi duruma bağlı olmadığını, çalışanların performanslarından sonraki durumlarda da motivasyonlarının önemli olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Teorik Katkıları

Araştırma ile daha önce gerçekleştirilen çalışmalarda dikkate alınarak olası teorik katkılar aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

- Çalışanların çalışma ortamındaki bencillik davranışları organizasyon için olumsuz sonuçlar doğurabilir.
- Çalışanların motivasyonları performanslarını genel itibari ile pozitif ve anlamlı olarak etkilemektedir.
- Organizasyonlarda çalışanların motivasyonlarına etki edebilecek birçok faktör söz konusu olabilir.
- Çalışanların iş yerlerindeki motivasyonları ve performanslarının yanında bencillik davranışları da dikkate alınması gerekebilir.

Araştırmanın Pratik Katkıları

Çalışma ile elde edilen sonuçlara bağlı olarak olası pratik katkılar aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

- Çalışanların iş yerlerinde bencil davranışlarına yönelik yeni bir çalışma olması literatüre çalışanların performansları ve motivasyonları açısından farklı bakış açıları kazandırabilir.
- Çalışanların bencillik davranışları performanslarını olumsuz olarak etkilemektedir
- Çalışanların iş yerlerindeki bencillik davranışları motivasyonlarını olumsuz yönde etkilemektedir.
- Daha evvel gerçekleştirilen çalışmalar genellikle çalışanların motivasyonlarının performansları üzerindeki etkilerini ortaya koyarken araştırma ile çalışanların performanslarının motivasyonlarını olumlu yönde şekillendirdiği ortaya koyulmuştur.
- Çalışanların iş yerlerindeki bencil davranışlarının motivasyonları üzerindeki etkisinde performansları tam aracı etkiye sahip olmuştur.
- Çalışanların iş yerlerinde bireysel tutumlarına yönelik bencilce (ben merkezli) hareket etmeleri hem performanslarını hem de motivasyonlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum iş yerlerinde çalışan bireylerin hem performansları hem de motivasyonları için kolektif hareket etmelerinin organizasyonun bütünlüğü açısından da daha olumlu bir etkisi olabileceği yorumunu yaptırabilmektedir.

Araştırma Sınırları

Literatür yardımı ile uygulamaya koyulan araştırma 2019 yılında Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgelerinde kamuda ve özel sektörde faaliyette bulunan 412 çalışan ile sınırlıdır. Araştırmada çalışanların bencil davranışları, motivasyonları ve performansları ölçülürken kaynak olarak kendi düşünceleri (elektronik anket yöntemi ile) incelemeye alınmıştır. Bu tarz çalışmalarda çalışanlar dışındaki kişilerin çalışanları üzerindeki gözlemleri (yöneticiler veya örgüt dışındaki kişiler) de dikkate alınabilir. Ayrıca bu tarz çalışmalarda deneysel çalışmalara da başvurulması konunun daha detaylı bir şekilde açıklanabilmesine imkân sağlayabilir.

Gelecek Araştırmalar

Gelecek araştırmalarda çalışanların çalışma ortamı sadece iş yerleri ile sınırlı tutulmadan çalışanların iş yerleri dışındaki etmenlerin de ne gibi etkilerinin olabileceği ölçülebilir. Örneğin çalışan motivasyonunun sadece iş yeri ile sınırlı tutulmamasının gündelik hayatta da çalışma ortamına ilişkin düşüncelerin ve etkilerin çalışanların motivasyonunu etkileyebileceği hususunda yeni çalışmalar ortaya koyulabilir. Ayrıca çalışanların çalışma ortamlarındaki performansları ve motivasyonları ölçülürken bencil davranışa yönelmelerine sebep olabilecek (Maddi sıkıntılar mı? Ailevi problemler mi? Güven eksikliği mi? vb.) etmenlerin neler olabileceği yeni araştırmalar ile ortaya koyulabilir ve literatüre farklı bakış açıları kazandırılabilir.

KAYNAKÇA

- Abbas, Qaisar ve Sara Yaqoob (2009) "Effect of Leadership Development on Employee Performance in Pakistan", *Pakistan Economic and Social Review*, 47 (2), s.269-292.
- Akanbi, Paul Ayobami (2011) "Influence of Extrinsic and Intrinsic Motivation on Employees Performance", Retrieved October, 7, s.1-14.
- Akaoka, Isao (1983) "Motivation of Employees in Japan", *Kyoto University Economic Review*, 53 (1/2), s.25-50.
- Ali, Reena ve M. Shakil Ahmed (2009) "The Impact of Reward and Recognition Programs On Employee's Motivation and Satisfaction: An Empirical Study", *International Review of Business Research Papers*, 5 (4), s.270-279.
- Anyim, Chukwudi F., Odogwu C. Chidi ve Adedehinbo E Badejo (2012) "Motivation and Employees Performance in the Public and Private Sectors in Nigeria", *International Journal of Business Administration*, 3 (1), s.31-40.
- Azar, Maryam ve Ali Akbar Shafighi (2013) "The Effect of Work Motivation on Employees Job Performance (Case Study: Employees of Isfahan Islamic Revolution Housing Foundation)", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3 (9), s.432-445.
- Barrick, Murray R., Greg L. Stewart ve Mike Piotrowski (2002) "Personality and Job Performance: Test of the Mediating Effects of Motivation Among Sales Representatives", *Journal of Applied Psychology*, 87 (1), s.1-9.
- Battal, Fetullah, Durmuş, İbrahim. ve Çınar, Ertuğrul (2017) "The Effects of Organizational Citizenship Behaviors and Decision-Making Styles on Transformational Leadership Behavior", *Turkish Studies*, 12 (31), s.1-28.
- Benston, George J. (1963) "The Role of the Firm's Accounting System for Motivation", *The Accounting Review*, 38 (2), s.347-354.
- Bevan, David ve Patricia Werhane (2015) "The Inexorable Sociality of Commerce: The Individual and Others in Adam Smith", *Journal of Business Ethics*, 127 (2), s.327-335.
- Biswas, Soumendu (2009) "Organizational Culture & Transformational Leadership as Predictors of Employee Performance", *Indian Journal of Industrial Relations*, 44 (4), s.611-627.
- Bright, Leonard (2007) "Does Person-Organization Fit Mediate the Relationship Between Public Service Motivation and the Job Performance of Public Employees?", *Review of Public Personnel Administration*, 27 (4), s.361-379.
- Chaurasia, Swati ve Archana Shukla (2014) "Psychological Capital, LMX, Employee Engagement & Work Role Performance", *Indian Journal of Industrial Relations*, 50 (2), s.342-356.
- Chen, Chung-wen (2014) "Are Workers More Likely to be Deviant than Managers? A Cross-National Analysis", *Journal of Business Ethics*, 123 (2), s.221-233.
- Chiang, Chun-Fang ve Tsung-Sheng Hsieh (2012) "The Impacts of Perceived Organizational Support and Psychological Empowerment on Job Performance: The Mediating Effects of Organizational Citizenship Behavior", *International Journal of Hospitality Management*, 31, s.180-190.
- Corey, John B.W. (1973) "Motivating Employees", *Journal (American Water Association)*, 65 (1), s.39-41.
- Cullen, Kristin L., Bryan D. Edwards, Wm. Camron Casper ve Kevin R. Gue (2014) "Employees Adaptability and Perceptions of Change-Related Uncertainty: Implications for Perceived Organizational Support", *Journal of Business and Psychology*, 29 (2), s.269-280.
- Dartey-Baah, Kwasi ve George Kofi Amoako (2011) "Application of Frederick Herzberg's Two-Factor Theory in Assessing and Understanding Employee Motivation at Work: A Ghanaian Perspective", *European Journal of Business and Management*, 3 (9), s.1-8.
- Dubois, David, Derek D. Rucker ve Adam D. Galinsky (2015) "Social Class, Power, and Selfishness: When and Why Upper and Lower Class Individuals Behave Unethically", *Journal of Personality and Social Psychology*, 108 (3), s.436-449.
- Dvivedi, R.S. (1980) "Some Correlates of Employee Performance", *Indian Journal of Industrial Relations*, 15 (4), s.563-576.
- Fernandez, Segio ve Tima Moldogaziev (2013) "Employee Empowerment, Employee Attitudes, and Performance: Testing a Causal Model", *Public Administration Review*, 73 (3), s.490-506.
- Forde, David R. ve Leslie W. Kennedy (1997) "Risky Lifestyles, Routine Activities, and the General Theory of Crime", *Justice Quarterly*, 14 (2), s.265-294.
- Gong, Yaping, Jia-Chi Huang ve Jiing-Lih Farh (2009) "Employee Learning Orientation, Transformational Leadership, and Employee Creativity: The Mediating Role of Employee Creative Self-Efficacy", *The Academy of Management Journal*, 52 (4), s.765-778.
- Govindarajulu, Nalini ve Bonnie F. Daily (2004) "Motivating Employees for Environmental Improvement", *Industrial Management & Data Systems*, 104 (4), s.364-372.
- Grant, Adam M. (2007) "Relational Job Design and the Motivation to Make a Prosocial Difference", *The Academy of Management Review*, 32 (2), s.393-417.
- Guo, Yun, Jianqiao Liao, Shudi Liao ve Yanhong Zhang (2014) "The Mediating Role of Intrinsic Motivation on the Relationship Between Developmental Feedback and Employee Job Performance", *Social Behavior and Personality*, 42 (5), s.731-742.
- Hijazi, Syed Tahir (1999) "Motivational Aspect of Good Governance", *The Pakistan Development Review*, 38 (4), s.905-912.

- Hitka, Milos ve Zaneta Balazova (2015) "The Impact of Age, Education and Seniority on Motivation of Employees", *Business: Theory and Practice*, 16 (1), s.113-120.
- Jayaweera, Thushel (2015) "Impact of Work Environmental Factors on Job Performance, Mediating Role of Work Motivation: A Study of Hotel Sector in England", *International Journal of Business and Management*, 10 (3), s.271-278.
- Jensen, Larry C. ve Steven A. Wygant (1990) "The Developmental Self-Valuing Theory: A Practical Approach for Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, 9 (3), s.215-225.
- Kuvaas, Bard (2006) "Performance Appraisal Satisfaction and Employee Outcomes: Mediating and Moderating Roles of Work Motivation", *The International Journal of Human Resource Management*, 17 (3), s.504-522.
- Lin, Carol Yeh-Yun ve Feng-Chuan Liu (2012) "A Cross-Level Analysis of Organizational Creativity Climate and Perceived Innovation", *European Journal of Innovation Management*, 15 (1), s.55-76.
- Long, Richard J. (2000) "Employee Profit Sharing: Consequence and Moderators", *Relations Industrielles / Industrial Relations*, 55 (3), s.477-504.
- Lu, Luo (1999) "Work Motivation, Job Stress and Employees Well-being", *Journal of Applied Management Studies*, 8 (1), s.61-72.
- Judge, Timothy A. ve Remus Ilies (2004) "Is Positiveness in Organizations Always Desirable?", *Academy of Management Executive*, 18 (4), s.151-155.
- Manners, George E., Joseph A. Steger ve Thomas W. Zimmerer (1997) "Motivating Your R&D Staff", *Research Technology Management*, 40 (6), s.29-34.
- Manzoor, Quratul-Ain (2011) "Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness", *European Journal of Business and Management*, 3 (3), s.36-44.
- Mintzberg, Henry, Robert Simons ve Kunal Basu (2002) "Beyond Selfishness", *Mit Sloan Management Review*, s.67-74.
- Moberg, Dennis J. (1997) "On Employee Vice", *Business Ethics Quarterly*, 7 (4), s.41-60.
- Muogbo, Uju S. (2013) "The Influence of Motivation on Employees Performance: A Study of Some Selected Firms in Anambra State", *An International Journal of Arts and Humanities*, 2 (3), s.134-151.
- Noval, Laura J. (2016) "On the Misguided Pursuit of Happiness and Ethical Decisions Making: The Roles of Focalism the Impact Bias in Unethical and Selfish Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 133, s.1-16.
- Okan, Tarhan ve Ahmet Mutlu Akyüz (2015) "Exploring the Relationship Between Ethical Leadership and Job Satisfaction with the Mediating Role of the Level of Loyalty to Supervisor", *Business and Economics Research Journal*, 6 (4), s.155-177.
- Osterloh, Margit ve Bruno S. Frey (2000) "Motivation, Knowledge Transfer, and Organizational Forms", *Organization Science*, 11 (5), s.538-550.
- Padaki, Rupande (1984) "Job Characteristics and Work Motivation: A Test of Job Design Model", *Indian Journal of Industrial Relations*, 19 (4), s.469-483.
- Pandey, Ashok Kumar (1988) "Employees Need Structure and Their Performance", *Indian Journal of Industrial Relations*, 24 (1), s.84-93.
- Perry, James L. ve Lyman W. Porter (1982) "Factors Affecting the Context for Motivation in Public Organizations", *The Academy of Management Review*, 7 (1), s.89-98.
- Porter, Lyman W., Gregory A. Bigley ve Richard M. Steers (2003) "Motivation and Work Behavior", *Conceptual Approaches to Motivation at Work*, s.125-140.
- Roux, Caroline, Kelly Goldsmith ve Andrea Bonezzi (2015) "On the Psychology of Scarcity: When Reminders of Resource Scarcity Promote Selfish (and Generous) Behavior", *Journal of Consumer Research*, 42, s.615-631.
- Sani, Achmad (2013) "Role of Procedural Justice, Organizational Commitment and Job Satisfaction on Job Performance: The Mediating Effects of Organizational Citizenship Behavior", *International Journal of Business and Management*, 8 (15), s.57-67.
- Sattar, Tehmina, Khalil Ahmad ve Syeda Mahnaz Hassan (2015) "Role of Human Resource Practices in Employee Performance and Job Satisfaction with Mediating Effect of Employee Engagement", *Pakistan Economic and Social Review*, 53 (1), s.81-96.
- Sengupta, Sunita Singh (2011) "Growth in Human Motivation: Beyond Maslow", *Indian Journal of Industrial Relations*, 47 (1), s.102-116.
- Spence, Jeffrey R. ve Lisa M. Keeping (2010) "The Impact of Non-Performance Information on Ratings of Job Performance: A Policy-Capturing Approach", *Journal of Organizational Behavior*, 31, s.587-608.
- Spreitzer, Gretchen M. ve Aneil K. Mishra (1999) "Giving up Control Without Losing Control", *Group & Organization Management*, 24 (2), s.155-187.
- Thompson, James W. (1996) "Employee Attitudes, Organizational Performance, and Qualitative Factors Underlying Success", *Journal of Business and Psychology*, 11 (2), s.171-196.
- Tietjen, Mark A. ve Robert M. Myers (1998) "Motivation and Job Satisfaction", *Management Decision*, 36 (4), s.226-231.

- Tsui, Anne S., Jone L. Pearce, Lyman W. Porter ve Angela M. Tripoli (1997) "Alternative Approaches to the Employee-Organization Relationship: Does Investment in Employees Pay off?", *The Academy of Management Journal*, 40 (5), s.1089-1121.
- Tyagi, Pradeep K. (1985) "Relative Importance of Key Job Dimensions and Leadership Behaviors in Motivating Salesperson Work Performance", *Journal of Marketing*, 49 (3), s.76-86.
- Uzonna, Ukajiofo Rex (2013) "Impact of Motivation on Employees Performance: A Case Study of CreditWest Bank Cyprus", *Journal of Economics and International Finance*, 5 (5), s.199-211.
- Vandenabeele, Wouter (2016) "The Mediating Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment on Self-Reported Performance: More Robust Evidence of the PSM-Performance Relationship", *International Review of Administrative Sciences*, 75 (1), s.11-34.
- Welbourne, Theresa M., Diane E. Johnson ve Amir Erez (1998) "The Role-Based Performance Scale: Validity Analysis of a Theory-Based Measure", *The Academy of Management Journal*, 41 (5), s.540-555.
- Wiley, Carolyn (1997) "What Motivates Employees According to Over 40 Years of Motivation Surveys", *International Journal of Manpower*, 18 (3), s.263-280.
- Wright, Bradley E., Robert K. Christensen ve Kimberley Roussin Isett (2013) "Motivated to Adapt? The Role of Public Service Motivation as Employees Face Organizational Change", *Public Administration Review*, 73 (5), s.738-747.
- Yuan, Feirong ve Richard W. Woodman (2010) "Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations", *The Academy of Management Journal*, 53 (2), s.323-342.
- Yusoff, W.F. Wan, Tan Shen Kian ve Mohammad T.M. Idris (2013) "Herzberg's two Factors Theory on Work Motivation: Does its Work for Today's Environment?", *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 2 (5), s.18-22.
- Zameer, Hashim, Shehzad Ali, Waqar Nisar ve Muhammad Amir (2014) "The Impact of the Motivation on the Employee's Performance in Beverage Industry of Pakistan", *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 4 (1), s.293-298.
- Zhang, Mingqiong, David Di Fan ve Cherrie Jihua Zhu (2014) "High-Performance Work Systems, Corporate Social Performance and Employee Outcomes: Exploring the Missing Links", *Journal of Business Ethics*, 120 (3), s.423-435.

Rekabet Gücü Kapsamında Dünyadaki ve Türkiye'deki Kentlerin Değerlendirilmesi

Evaluation of Cities of the World and Turkey within the Scope of Competitiveness

Esra ÇELEBİ ZENGİN*
Hayriye SAĞIR**

ÖZ

Küresel gelişme ve değişimlerin etkisiyle dünya genelinde siyasi, iktisadi ve idari birçok alanda yeni kavramların benimsendiği bilinmektedir. Kimi zaman özellikle kentte yaşayanlar ve kentler için olumsuz sonuçlar doğurduğu için eleştirilen bu değişim sürecine hâkim olan kavramlardan biri rekabet olarak karşımıza çıkmaktadır. Genellikle özel sektörün vazgeçilmez şekilde tanımlayabileceğimiz bu kavramın günümüzde kamu sektörü, kurumları ve personeli açısından da benimsendiği bilinmektedir. Bu noktada artık sadece işletmelerin değil, yönetim birimlerinin ve hatta ülkelerin yarışması gündeme gelmektedir. Yaşanan gelişmeler kapsamında ise bazı kurumlar tarafından ülkelerin rekabet güçlerini yani rekabet edebilirlik kapasitelerini tespit edebilmek için yıllık endeksleme çalışmaları yapılmaktadır. Şüphesiz ki, ülkeleri etkileyen bu süreçten, kentler de nasibini almaktadır. Dolayısıyla kentler için de ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından benzer çalışmalar yürütülmektedir. Rekabet gücüne sahip olmanın ekonomik unsurlardan geçtiği gerçeğini esas alan kent yönetimleri ise, yatırımcıyı kente çekme çabaları ile dikkat çekmektedir. Dolayısıyla yatırımcıyı kente çekebilmenin bir yolu olarak, yerel ve yöresel ayrıcalıklar aracılığıyla, markalaşma ve rekabet sürecinin kentleri de etkilemeye başladığı bilinmektedir. Marka kent ve girişimci kent kavramları bu etkinin somut bir yansıması olarak literatürde yerlerini almışlardır. Ancak kimi kentlerin markalaşmayı yalnızca küresel firmalara ev sahipliği yapmak şeklinde algıladığı da bir gerçektir. Hazırlanan raporlar incelendiğinde ise, bu süreçte tüm kentlerin aynı düzeyde güçlenmediği hatta bölgeler arası eşitsizliğin kentler arasına yayıldığı sonucu çıkarılmaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER

Kent, küreselleşme, kümelenme, rekabet, rekabet gücü

ABSTRACT

It is known that new concepts are adopted in the political, economic and administrative fields around the world with the effect of global developments and changes. Sometimes competition is a concept that dominates this process of change, is criticized for having negative consequences especially for the cities and city's inhabitants. It is known that this concept, which can be defined as the indispensable part of the private sector, is now adopted by public sector, institutions and personnel. At this point, not only the enterprises, but also the administrative units and even countries are all in competition. Within the context of this developments, annual indexes are compiled by some institutions in order to determine the competitiveness of countries. Undoubtedly, cities are also affected by this process and similar studies are carried out by national and international organizations for cities. Local governments try to attract investors to their cities on the base of the assumption that competitiveness is directly related to economic factors. Therefore, it is known that through the local and regional privileges, the process of branding and competition has begun to affect cities as a way to attract investors. Brand city and entrepreneurial city concepts have taken their places in the literature as a concrete reflection of this effect. However, it is a fact that some cities perceive branding as hosting only global firms. When the reports are analyzed, it is concluded that all cities are not empowered at the same level and even inequalities between the regions are spread among cities.

KEYWORDS

City, globalization, agglomeration, competition, competitiveness

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 28.05.2019 | 11.11.2019 |
| Atf | Zengin, E.Ç. ve Sağır, H. (2019). Rekabet Gücü Kapsamında Dünyadaki ve Türkiye'deki Kentlerin Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 867-889. |

* Dr. Öğretim Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi NSBMYO, Yerel Yönetimler Programı, Niğde, esracelebi@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2156-3235

** Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk Üniversitesi İİBF, Kentleşme ve Çevre Sorunları Anabilim Dalı, Konya, hayriyesamur@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3302-0203

GİRİŞ

Güçlü ekonomilerin ve yönetimlerin ayakta kalmayı başardığı ve beraberinde diğer ekonomi ve yönetimleri şekillendirdiği küresel rekabet sürecinde, baş döndürücü bir değişim yaşanmaktadır. Neo-liberal politikaların geçerlilik kazandığı bu değişim sürecinde, hem ulusal değerler hem de devletçi yaklaşımlar büyük hasar görmektedir. Ulusalın yerini yerele, devletçi ekonomilerin yerini özel sermayeye bıraktığı günümüz siyasetinde, rekabet kavramı, ülkeleri yarıştırmaya başlamıştır. Değişimin yerelleşme, demokratikleşme, yönetim ve minimal devlet gibi yeni yaklaşımların benimsenmesiyle gerçekleştiği göz önüne alındığında, yerel yönetimlerin güçlendirildiği ve küreselleşmenin mekânsal yansıması olarak kentlerin öne çıktığı bir süreç yaşanmaktadır. Girişimci kent, marka kent gibi stratejiler ile kent yönetimleri, yaşanan süreçte rekabet avantajı yakalamaya çalışmaktadırlar. Ancak bu süreçte tüm kentlerin aynı ilgiyi görmediği, iktisadi, idari ve fiziki açılardan eşit koşullarda bir süreç yaşanmadığı da aşikârdır. Dolayısıyla küresel rekabet olgusuyla şekillenen kentler ile bu durumu fırsata çeviremeyen kentler ve kent yönetimleri göz önüne alındığında; bazı kentler belli bir kalkınma ivmesi yakalayıp sosyo-ekonomik yönden önemli avantajlar kazanmakta, diğer kentler aleyhine sürekli büyümektedir. Neticede, bir tarafta kapitalist düzene uygun olarak kurgulanan ve rekabette öncü olmaya çalışan kentler, diğer tarafta ise aynı ülke hatta aynı bölge sınırları içerisinde yer almasına rağmen, sürekli küçülen kentler ortaya çıkmaktadır. Sonuçta ise, kentler arasında derinleşen bir eşitsizlik sorunu yaşanmaktadır. Bu durum, özellikle bölgelerarası eşitsizlik sorunu ile mücadele eden ülkeler açısından, çözülmesi gereken yeni sorun alanları, anlamına gelmektedir. Hem küreselleşme sürecine uyum sağlamaya çalışan, hem de uzun yıllardır bölgeler ve kentler arasındaki gelişmişlik farklılıkları ile mücadele eden Türkiye’de, bu alanlarda yeni politika arayışları içerisindeyiz.

Tüm ülkeler gibi, Türkiye’de de her alanda etkili olan, rekabet gücü anlayışı ve buna uygun olarak devam eden reform arayışlarının, kentler üzerindeki etkisini incelemek amacıyla, hazırlanan bu çalışmanın ilk bölümünde rekabet ve rekabet gücü kavramları ile, rekabet kavramının ülkeler ve kentler üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde kentleşme ve kentler arası rekabet konuları, üçüncü bölümünde ise Türkiye’deki kentlerin güncel rekabetçilik düzeyleri ele alınmıştır. Çalışmanın hazırlanmasında, literatür taramasının yanı sıra Dünya Ekonomi Forumu (WEF) tarafından yayımlanan 2017 ve 2018 Küresel Rekabetçilik Raporları, Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan; İllerin ve Bölgelerin Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE) ve Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından hazırlanan; İllerarası Rekabetçilik Endeksi’nin güncel verileri başta olmak üzere, alandaki diğer çalışmalar da esas alınarak değerlendirme yapılmıştır.

1.REKABET VE REKABET GÜCÜ

Küreselleşmenin yansıması olarak her alanda yaşanan rekabetin, özellikle liberal ekonomilerin hâkimiyeti ile stratejik açıdan önemi, sürekli olarak artmaktadır. Bu olgu, günümüz dünyasında sadece işletmelerle sınırlı kalmamakta, yeni sağ akımın öncülüğünü yaptığı bir yaklaşımla, kamu yönetimi sistemlerinde de etkin hale gelmektedir. Özellikle ülkeler açısından belirli kriterlerin ölçüt alınarak hazırlandığı, rekabetçilik endekslerinde üst sıralarda yer alma çabaları, uygulanan kamu politikalarında da etkisini hızla göstermektedir. Bu durumda çok boyutlu bir kavram olan rekabet kavramının, sahip olduğu içeriğin kapsamlı olarak ele alınması gerekmektedir.

Türk Dil Kurumu’na göre genel anlamıyla rekabet, “aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” olarak tanımlanırken, iktisadi anlamda, “herhangi bir etkinlik alanında ayrı ayrı kişi ya da gruplar arasında sürdürülen üstün olma mücadelesi” şeklinde, tanımlanmıştır (TDK, 2018). Türkiye’de 1994 tarihinde yürürlüğe konan, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun rekabeti, “mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış” şeklinde tanımlamıştır. Tüm bu tanımlara daha geniş bir açıdan bakıldığında ise rekabetin, “belirli bir piyasada çalışan girişimcilerin ekonomik konularda serbestçe karar verebilme hakkı veya kişilerin temel hak ve özgürlüğü olan ticari hayata serbestçe katılma ve ekonomik seçimini özgürce yapma sistemi” (Parlak, 2011: 660) olarak algılandığı görülmektedir. Kavram, Rekabet Derneği tarafından ise; “kıt bir şeyi paylaşmak veya bir ödül elde etmek amacıyla belli kural ve kısıtlamalar çerçevesinde, temel özgürlüklerin ve insan haklarının garanti altına alındığı ve hiçbir ayrıcalığın ve ayrımcılığın olmadığı bir ortamda, birden fazla oyuncu arasında oynanan bir oyun veya bir yarış” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, rekabetin “pozitif ayıklama aracı” olarak değerlendirildiği, “iyinin kötüden ayrılması ve iyinin prim yapmasını sağlayan bir mekanizma” (Rekabet Derneği, 2018) olduğu vurgulanmaktadır.

Gelişen ekonominin yarattığı dışsallıkların kontrol altına alınma gerekliliği devletin yeni yönetim anlayışlarına yönelmesi sonucunu doğurmuştur (Acet vd.2014: 507-508). Günümüz koşullarında, başarılı olabilmek adına, yönetim anlayışlarının geleneksel yönetimden farklı olarak rekabet üstünlüğü kazandıran

stratejik boyuta taşındığı, bundan dolayı da hem ekonomik birimlerin hem de ülkelerin yönetim anlayışlarını ve stratejilerini, rekabet gücü kazandıracak yetenek, kaynak ve değerleri çerçevesinde belirlemeleri, önemli bir zorunluluk haline gelmiştir (Sağır, 2016: 234). Rekabet etmenin aslında bir yarış, bir mücadele, olduğu düşüncesinden yola çıkılırsa, sadece üretmek ve geliştirmek yetmemektedir. Sizin gibi üreten ve daha iyisini yapma imkânı olan rakiplerinizin olduğu ekonomik çevrede, daha iyisini yapmak için faaliyetlerinize ve uygulamalarınıza yön vermek gerekmektedir. Ülke yönetimleri açısından da, küresel ortamda farklı ülkelerle bir yarıştan söz etmek mümkündür. Dolayısıyla bu durumda ülkelerin, yönetsel faaliyetlerini stratejik planlama doğrultusunda yapması ve kaynakların gerekli alanlara kanalize edilip, doğru kullanılması gerekmektedir.

Küresel ekonomide hâkim konumda olabilmek ve hatta ayakta kalabilmek için, ülkeler açısından hayati öneme sahip bir nitelik taşıyan, rekabet gücü kavramının, tanımının yapılması noktasında ise farklı yaklaşımlar söz konusudur. Genel itibarıyla, “bir ülkede bir endüstrinin/ sektörün diğer ülkelerdeki aynı endüstrilere/ sektörlerle göre daha yüksek gelir ve istihdam yaratabilme gücü” (Koç ve Özbozkurt, 2014: 86), olarak ifade edilen rekabet gücü kavramının, işletmeler ve ülkeler açısından olmak üzere, iki boyuttan bahsedilmektedir. Ancak rekabet gücü en genel anlamda, Uluslararası Ticaret Merkezi tarafından, ‘işletmenin pazarlık gücü, yani müşterilerine mal/hizmetlerin (ürün) miktarı, fiziksel özellikleri, dağıtım, fiyatı, kalitesi, vs. konularındaki şartlarını dikte edebilme gücü’ (Ataç, 2017) olarak tanımlanmıştır. Ayrıca günümüzde kapsadığı alanlar göz önüne alındığında, rekabet gücünün mikro, makro ve bölgesel olmak üzere, farklı biçimlerde değerlendirildiği de dikkat çekmektedir. Bu çerçevede, Kumral (2008) rekabet gücünü, mikroekonomi kapsamında “firmanın rekabet etme, büyüme ve kârlılık konusundaki performansı” olarak, makroekonomik düzeyde ise “serbest ve adil piyasa koşullarında ülkenin, uluslararası piyasalarda kabul gören ürün ve hizmetler üretirken, eş zamanlı olarak vatandaşlarının reel gelirlerini de arttırabilme derecesi” şeklinde, ifade etmektedir.

1970-1980’li yıllarda, pazarların küresel boyutlara ulaşmasıyla birlikte, ülke ekonomileri açısından rekabet gücü, önemli bir kavram olarak algılanmaya başlanmıştır. Böylece, ekonomik yönden güçlü ülkeler başta olmak üzere, her ülke büyüme amacı ile stratejilerini, rekabet üstünlüklerini korumak hatta daha fazla geliştirmek konusunda belirlemiştir (Sağır ve Göktaş 2018: 27). Bu açıdan bakıldığında, merkezi veya yerel yönetimler, mevcut kaynaklarını (doğal kaynak, insan kaynağı, bölgesel değerler ve teknoloji)den oluşan alt yapı vb.) etkili kullanmak suretiyle, rekabet üstünlüğü sağlayabileceklerdir. Bu noktada bölgesel rekabet gücü konusu ile ilgili, bir başka husus, ön plana çıkmaktadır.

Bölgenin, genellikle “kentten geniş, bir ülkenin tamamından daha küçük bir mekân parçası olduğu” ve “bölge ölçeğinin amaçlara göre değiştiği” (Keleş, 2004: 346) gerçeğinden hareketle, bölgesel rekabet gücü ya da bölgesel rekabet edebilirlik, “bir bölge veya şehrin, ulusal ve özellikle de küresel ihraç pazar payında, diğer bölge veya şehirler ile yaptığı rekabetteki başarısı ile birlikte, yüksek ve sürdürülebilir bir gelir düzeyi sağlayabilme yeteneği olarak” (Kitson vd., 2004: 991; Kumral, 2008: 4-5) tanımlanabilmektedir. Başka bir tanımda ise; kavram “bölgelemlerin bir yandan dış rekabet koşulları içerisinde uluslararası pazarlara yönelik mal ve hizmet üretebilmeleri, bir yandan da bölge içi yüksek ve sürdürülebilir gelir seviyeleri, istihdam oluşturabilmeleri” olarak (URAK, 2016: 14) ifade edilmektedir. Küreselleşmenin ve artan rekabetin etkisi, merkezi ya da yerel yönetimlerin, bölgesel amaçları gerçekleştirirken, insan hakları, çalışma koşulları ve doğal çevre ile ilgili kriterleri, göz önünde bulundurmalarını gerektirmektedir (Sağır ve Türkeri, 2015: 284). Dolayısıyla, bölgelerin teknolojik, sosyal, altyapı (mal ve hizmet üretim kaynakları) ve bölgesel değerler açısından, sahip olduğu faktörlerin, rekabetçi avantaj sağladığı görülmektedir. Ancak rekabet gücünün artırılması bir taraftan bölgedeki ekonomik yapıların güçlendirilmesi ve daha nitelikli iş gücünün çekilmesi konusunda önemli avantajlar sağlarken, diğer taraftan bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını artırıcı etkiler, ortaya çıkarma riskini de beraberinde getirmektedir (Albayrak ve Erkut, 2010: 138-139). Burada en önemli husus, kalifiye işgücü kaybı yaşamaya başlayan bir yerin, zamanla sermayeyi de kaybetmesi neticesinde, gerilemeye başlaması, bunun sonucunda da, kalkınmanın çok zor gerçekleşmesidir. Kalifiye işgücü ve sermayeyi, kendisine çekmeyi başarabilen yerleşimlerde ise, zamanla optimal sınırların aşılması nedeni ile, büyük kente ilişkin yeni sorun alanları, ortaya çıkması muhtemeldir.

2.DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE REKABET GÜCÜ

Rekabet gücü kavramının tanımlanmasında, mikro ve makro olmak üzere, iki ölçek üzerinden değerlendirme yapılmaktadır. Buna göre, kavramı mikro ölçekte ele alan yaklaşımda, ülke içinde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki rekabet ve bu rekabetin ulusal ya da uluslararası pazardaki etkileri, incelenmektedir. Makro ölçüğe göre yapılan tanımlarda ise, ülkenin uluslararası rekabetteki konumu üzerinde durulmaktadır (akt.: Çivi vd, 2008: 2-3).

“Rekabet gücü, ülkelerin serbest ve yerleşmiş pazar koşulları altında vatandaşların reel gelirlerini arttırmaya çalışırken, aynı anda ürettiği ürün ve hizmetleri, uluslararası pazarlara sunabilmesi ve başarılı olabilmesidir (akt.: Çivi vd, 2008: 2-3). Rekabet gücü, dört temel göstergeye göre ölçülmektedir. Bunlar (Finance, 2018): İşgücü verimliliği, reel ücret artışı, sektörde istihdam edilen sermaye üzerindeki reel getiri, dünya ticaretindeki pozisyon, şeklindedir. Rekabet gücü, kavramından özel bir alanı içeren bölgesel rekabet gücü kavramı ise, Avrupa Komisyonu’na göre, sektördeki istihdam yoğunlaşması, dış göç ve yaşlı nüfusun fazlalığı, yatırımlar, bölgeye yapılan dolaysız yabancı sermaye yatırımları, bilgi ekonomisi varlıklarına yapılan yatırımlar/yenilikler, altyapı donanımı ve eğitim düzeyi gibi faktörler, tarafından belirlenmektedir (Özer, 2005: 392-393).

Bölgesel açıdan gelişmişlik olgusu, sadece elde edilen gelirle ölçülemez, bu noktada, bölgesel alandaki kentsel yaşam kalitesi (yaşam standartlarının yüksekliği), büyük önem arz etmektedir. Doğal çevrenin korunması, bireylerin çalışma-yaşam alanlarının iyileştirilmesi ve bireylerin haklarının korunacağı ortamın yaratılması da, aynı zamanda bir gelişmişlik ölçüsü, olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda bazı kurum ve kuruluşlar tarafından, ekonomiden sağlığa, yaşam kalitesinden teknolojiye kadar, çeşitli kriterler esas alınarak rekabet gücü ölçümlerinin yapıldığı görülmektedir.

2.1. Ülkeler Bazında Rekabetçilik Düzeyleri

Günümüz ekonomileri içerisinde, rekabet üstünlüğüne sahip ve öncü konumda olabilmenin, ülkeler açısından taşıdığı önemin, ciddiyeti göz önüne alındığında, ülkelerin rekabet güçlerine ilişkin, somut veriler ortaya koyabilmenin de önemi gittikçe artmaktadır. Bu kapsamda daha önce belirtildiği üzere, çeşitli kurumlar tarafından belirli ölçütlerin kullanılması suretiyle gerçekleştirilen endeksleme çalışmalarının, ilgi görmeye başladığı bilinmektedir. Ancak genel olarak, ekonomik büyüme ve kalkınmaya ilişkin temel göstergeler etrafında şekillenen bu çalışmalarda, sürekliliği ve güncelliği yakalamak ise her zaman mümkün olamayabilmektedir.

Ülkelerin rekabet güçlerinin belirlenmesi, noktasında hazırlanan çalışmalar içerisinde; Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum-WEF) tarafından yıllık olarak yayınlanan, Küresel Rekabetçilik Raporu, öne çıkmaktadır. 2017-2018 yıllarını içeren rapor; ülkelerin rekabet güçlerinin belirlenmesinde temel gereklilikler, verimlilik artırıcılar, yenilik ve gelişme faktörleri, olmak üzere üç ana başlık ve 12 temel bileşenden oluşmaktadır. Ancak, kurum tarafından 2018 yılına yönelik, farklı bir metodoloji kullanılarak hazırlanan, Küresel Rekabetçilik Endeksi 4.0’a göre ise, ana başlık ve bileşenlerin tekrar güncellendiği anlaşılmaktadır. Buna göre 4 ana başlık, 12 temel bileşen ve her bir bileşenin farklı sayılarda alt göstergelerinin, bulunduğu belirlenmektedir. Bu çerçevede, etkinleştirici ortam başlığı altında; kurumlar (20), altyapı (12), BİT’e uyum (5) ve makroekonomik istikrar (2) bileşenleri, incelenmektedir. Beşeri sermaye ana başlığının altında; sağlık (1), yetenekler (9); piyasalar başlığının altında; ürün piyasası (8), işgücü piyasası (12), finansal sistem (9) ve pazar büyüklüğü (2); yenilik ekosistemi başlığı altında ise; işletme dinamikleri (8) ve yenilik kapasitesi (10) bileşenleri yer almaktadır. Tüm ana ve alt bileşenler dâhilinde, Küresel Rekabetçilik Endeksi 4.0’ın, 98 göstergesi kapsadığı görülmektedir. Önceki yıl, toplamda 114 bileşenin değerlendirildiği göz önüne alındığında alt göstergelerin sayıca azaltıldığı dikkat çekmektedir. Ayrıca, önceki yıllara göre, puanlamada da bir değişiklik, izlenmektedir. Buna göre; 1 (en düşük) ile 7 (en yüksek) olacak şekilde yapılan puanlama, 0-100 arası değerler üzerinden gösterilmektedir (WEF, 2017a: 317-319, WEF, 2018a: 1-2).

Tablo 1. En Rekabetçi 10 Ülke, 2018 (WEF)

| İlk 10 Ülke | Küresel Rekabetçilik Endeksi 2018’e Göre Sıralama (140 ülke içinde) | 2018 Yılı Rekabetçilik Puanı | Küresel Rekabetçilik Endeksi 2017’ye Göre Sıralama (137 ülke içinde) | 2017 Yılı Rekabetçilik Puanı |
|---------------|---|------------------------------|--|------------------------------|
| ABD | 1 | 85.6 | 2 | 5.85 |
| Singapur | 2 | 83.5 | 3 | 5.71 |
| Almanya | 3 | 82.8 | 5 | 5.65 |
| İsviçre | 4 | 82.6 | 1 | 5.86 |
| Japonya | 5 | 82.5 | 9 | 5.49 |
| Hollanda | 6 | 82.4 | 4 | 5.66 |
| Hong Kong SAR | 7 | 82.3 | 6 | 5.53 |
| İngiltere | 8 | 82.0 | 8 | 5.51 |
| İsveç | 9 | 81.7 | 7 | 5.52 |
| Danimarka | 10 | 80.6 | 12 | 5.39 |

Kaynak: WEF, 2018a: xi; WEF, 2017a:ix.

Tablo.1'de yer alan veriler incelendiğinde, rekabet gücü en yüksek ülkelerin; Avrupa ve Kuzey Amerika ile Doğu Asya ve Pasifik ülkelerinden, oluştuğu görülmektedir. Raporlar incelendiğinde; puanlama alt ve üst eşiklerinde bir değişikliğe gidildiği anlaşılmaktadır. Buna göre; 2017 de dâhil tüm raporlara ait puanlama 1-7 arasında yapılırken, 2018'de bu değerlerin 0-100 arasında dağılım sergilediği anlaşılmaktadır (WEF, 2018a: xi; WEF, 2017a: ix). Sıralama açısından önemli farklılıkların yaşanmadığı tespit edilen tabloda, rekabetçilikte genel itibariyle, aynı ülkelerin lider konumunda olduğu görülmektedir. Burada üst üste iki yıl birinciliği elinde bulunduran, İsviçre'nin 3 sıra birden gerileyip 4. ülke konumuna yerleştiği dikkat çekmektedir. Ayrıca Japonya ve Danimarka'nın, durumlarında ilerleme kaydedildiği, tespit edilmektedir. Buna göre bir önceki yıla göre, Japonya'nın 9. sıradan 5. sıraya yükseldiği ve 2017 yılında ilk 10 sıralamasında yer almayan Danimarka'nın, 2018'de iki sıra ilerleyerek, ilk 10 ülke içinde yer almayı, başardığı görülmektedir.

Tablo 2. Rekabet Gücü En Düşük 10 Ülke (WEF)

| Son 10 Ülke | Küresel Rekabetçilik Endeksi 2018'e Göre Sıralama (140 ülke içinde) | 2018 Yılı Rekabetçilik Puanı | Küresel Rekabetçilik Endeksi 2017'ye Göre Sıralama (137 ülke içinde) | 2017 Yılı Rekabetçilik Puanı |
|------------------------|---|------------------------------|--|------------------------------|
| Moritanya | 131 | 40.8 | 133 | 3.09 |
| Liberya | 132 | 40.5 | 134 | 3.08 |
| Mozambik | 133 | 39.8 | 136 | 2.89 |
| Sierra Leone | 134 | 38.8 | 130 | 3.20 |
| Demokratik Kongo Cumh. | 135 | 38.2 | 126 | 3.27 |
| Burundi | 136 | 37.5 | 129 | 3.21 |
| Angola | 137 | 37.1 | n/a | n/a |
| Haiti | 138 | 36.5 | 128 | 3.22 |
| Yemen | 139 | 36.4 | 137 | 2.87 |
| Çad | 140 | 35.5 | 135 | 2.99 |

Kaynak: WEF, 2018a: xi; WEF, 2017a: ix.

Endeks bazında belirlenen rekabet gücü, en düşük 10 ülke, Tablo.2'de görüldüğü gibi, Haiti ve Yemen hariç, genel itibariyle Sahraaltı Afrika ülkelerinden oluşmaktadır. Tabloda yer alan veriler incelendiğinde, önceki yıl 128. sırada yer alan Haiti'nin, 10 sıra birden gerileyip, 138. sıraya düştüğü anlaşılmaktadır. Haiti'yi, bir önceki yıla göre 9 sıra birden gerileyen, Demokratik Kongo Cumhuriyeti ile, 7 sıra birden gerileyen Burundi, izlemektedir. Bir önceki yıla göre, yeni ülkelerin listeye alınıp, ülke sayısının 137'den 140'a çıkarıldığı göz önüne alındığında, önceki yıl listede yer almayan Angola'nın 37.1 puanla 137. sıradan listeye girdiği, görülmektedir. Rekabet güçlerinde, önceki yıla göre artış yaşandığı, konumlarındaki iyileşmeden anlaşılan ülkeler ise; Moritanya, Liberya ve Mozambik'tir. Buna göre, Mozambik, 3 sıra ilerleyerek 136. sıradan 133. sıraya; Liberya 2 sıra yükselerek 132. sıraya ve Moritanya da 2 sıra yükselerek 131. sıraya yükselmiştir.

WEF gibi, hazırlamış olduğu yıllık rekabetçilik raporları ile öne çıkan, bir diğer küresel kurum olan Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute of Management Development- IMD) tarafından yayımlanan, Dünya Rekabetçilik Yıllığı'nda ise, ülkelerin rekabetçilik sıralamalarının değiştiği görülebilmektedir.

Tablo. 3 IMD'ye göre En Rekabetçi 10 Ülke (2018)

| Ülke | Ülke Sıralaması (2018 yılı) | 2018 yılı Rekabetçilik Puanı | Ülke Sıralaması (2017 yılı) |
|---------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| ABD | 1 | 100.000 | 4 |
| Hong Kong SAR | 2 | 99.162 | 1 |
| Singapur | 3 | 98.553 | 3 |
| Hollanda | 4 | 97.534 | 5 |
| İsviçre | 5 | 97.143 | 2 |
| Danimarka | 6 | 96.385 | 7 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 7 | 95.659 | 10 |
| Norveç | 8 | 95.424 | 11 |
| İsveç | 9 | 95.046 | 9 |
| Kanada | 10 | 94.337 | 12 |

Kaynak: IMD, 2018: 1.

Tablo.3'teki sıralama incelendiğinde, ilk 10'da yer alan ülkelerden, 7'sinin WEF tarafından da ilk sıralarda yer alan ülkeler arasında sayıldığı belirlenmektedir. Her ne kadar ABD ve İsveç haricindeki diğer ülkelerin sıralamadaki konumları değişse de, yüksek rekabet gücüne sahip olan ülkelerin çoğu, her iki kurum tarafından da benzer şekilde, değerlendirilmektedir. Buna göre ABD, Hong Kong SAR, Singapur, Hollanda, İsviçre, Danimarka ve İsveç'in rekabetçilik seviyesi en yüksek, ülkeler olduğu; hem IMD hem de WEF tarafından kabul görmektedir. Özellikle ABD, yine her iki kurum tarafından lider ülke konumunda gösterilmektedir. Dolayısıyla 2018 yılında, dünyanın en rekabetçi ülkesine ilişkin iki kurumun da ortak tespiti, ABD olarak belirlenmektedir. İsveç ise, hem IMD hem de WEF tarafından 9. sırada konumlanmıştır. IMD'nin ilk 10 sıralamasında en çok dikkat çeken nokta ise, bir Ortadoğu ülkesi olan Birleşik Arap Emirlikleri'nin 7. sırada yer almasıdır. Bu ülke WEF'in 2018 raporunda, 27. sırada yer almaktadır (WEF, 2018a: xi; IMD, 2018: 1).

Tablo. 4 IMD'ye Göre Rekabet Gücü En Düşük 10 Ülke (2018)

| Ülke | Ülke Sıralaması (2018 yılı) | 2018 yılı Rekabetçilik Puanı | Ülke Sıralaması (2017 yılı) |
|--------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| Peru | 54 | 60.236 | 55 |
| Slovak Cumh. | 55 | 60.037 | 51 |
| Arjantin | 56 | 57.986 | 58 |
| Yunanistan | 57 | 57.375 | 57 |
| Kolombiya | 58 | 57.357 | 54 |
| Ukrayna | 59 | 56.763 | 60 |
| Brezilya | 60 | 55.797 | 61 |
| Hırvatistan | 61 | 55.344 | 59 |
| Moğolistan | 62 | 52.616 | 62 |
| Venezüella | 63 | 27.509 | 63 |

Kaynak: IMD, 2018: 2

Rekabet gücü en düşük 10 ülke, esas alındığında ise, Tablo.3'teki uyumun bulunmadığı anlaşılmaktadır. Hesaplamaya dâhil edilen ülke sayısının, WEF'in hesapladığı ülke sayısının yarısından daha az olduğu dikkate alındığında, bu durum normal karşılanmaktadır. Her iki sıralama karşılaştırıldığında; Tablo. 4'teki ülkelerin konumu, 140 ülkenin değerlendirildiği; WEF Küresel Rekabetçilik Endeksi 4.0'a göre oldukça değişmektedir. Örneğin IMD'ye göre; 63. yani son sırada yer alan Venezüella, 127. sırada; 56. sırada bulunan Arjantin 81. sırada; 59. sırada yer alan Ukrayna ise, 83. sırada bulunmaktadır. Burada en çok dikkat çeken ülke ise, Slovakya Cumhuriyeti'dir. Çünkü IMD'nin yaptığı sıralamada rekabet gücü en düşük 10 ülkeden biri olan Slovakya Cumhuriyeti, WEF'in sıralamasında 140 ülke içinde 41. sırada bulunmaktadır (WEF, 2018a: xi; IMD, 2018: 2).

2.2. Rekabet Gücü Kapsamında Türkiye

Karşı karşıya kalmış olduğu, ekonomik ve siyasi gelişmeler nedeniyle dünya kamuoyunda sıklıkla yer bulan Türkiye de, dünya ülkeleri ile rekabet yarışında, bulunmasıyla dikkat çekmektedir. Ancak ülkenin rekabetçilik düzeyinin sabit kalmadığı ve genellikle inişli-çıkışlı olduğu belirlenmektedir. Hatta bu durumun genel olarak iniş, yani gerileme lehinde olduğu da, WEF Raporu esas alınarak anlaşılmaktadır.

Tablo.5 Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Rekabetçilik Düzeyi

| Yıllar | Hesaplamaya Dâhil Edilen Ülke Sayısı | Türkiye'nin Sıralamadaki Yeri | Türkiye'nin Ülke Puanı (yaklaşık) |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| 2012-13 | 144 | 43 | 4.5 |
| 2013-14 | 148 | 44 | 4.5 |
| 2014-15 | 144 | 45 | 4.5 |
| 2015-16 | 140 | 51 | 4.4 |
| 2016-17 | 138 | 55 | 4.4 |
| 2017-18 | 137 | 53 | 4.4 |
| 2018 ¹ | 140 | 61 | 62 |

Kaynak: WEF, 2017b:1; WEF, 2018b: 1.

¹ WEF tarafından, 2018 yılında Küresel Rekabetçilik Endeksi 4.0 2018, başlığı ile yeni bir rapor daha yayımlanmıştır. Ayrıca daha önce belirtildiği üzere, önceki raporlarda değerlendirmede 1-7 arası puanlar belirlenmişken, 2018'de yayınlanan bu raporda 0-100 arası değerler üzerinden sonuçlar hesaplanmıştır.

Küresel Rekabetçilik Raporu'na göre, Avrupa ülkeleri arasında kategorize edilen Türkiye, 2018 yılında endekse dâhil edilen 140 ülke arasında; 61.6 puan ile 61. sırada yer almıştır (WEF, 2018a, xi). Raporun 2017-2018 olarak yayınlanan, önceki yıla ait verilerinde; ülkenin 2017 yılında 137 ülke arasında 4.42 puan ile 53. sırada yer aldığı (WEF, 2017b, ix) görülmektedir. Raporun ilk kez yayınlanmaya başladığı 2012-2013 yılından itibaren ülkenin konumu değerlendirildiğinde, Türkiye'nin 2017-2018 dönemi haricinde, diğer tüm yıllarda, gerileme eğilimi, sergilediği tespit edilmektedir (WEF, 2017b: 1).

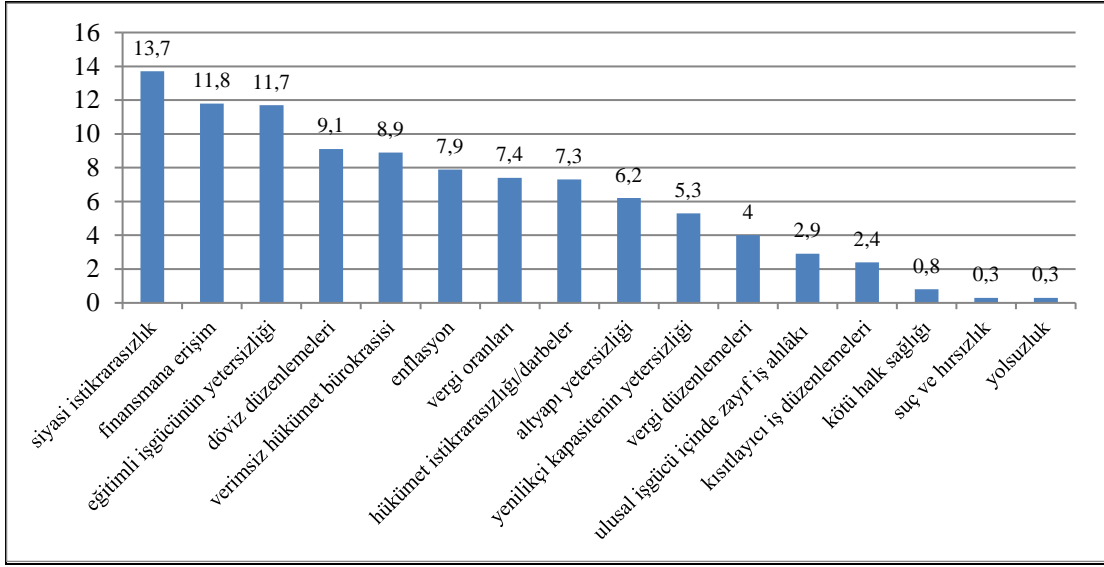
Raporda nüfusu 80.8 milyon kişi, kişi başına düşen GYSİH'sı ise 10,512.0\$ olarak belirtilen (WEF, 2018b: 1) Türkiye'nin, rekabet gücüne ilişkin kategorilerden aldığı puanlar ve diğer ülkeler içerisindeki konumuna Tablo. 6'da yer verilmiştir.

Tablo.6 Endeks Bazında Türkiye'nin Rekabetçilik Düzeyi (2018)

| Bileşenler | Puan (0-100 arası) | Diğer Ülkeler İçindeki Sıralaması |
|------------------------|--------------------|-----------------------------------|
| Kurumlar | 52,9 | 71 |
| Altyapı | 72.6 | 50 |
| BİT'e uyum | 53,5 | 71 |
| Makroekonomik istikrar | 67.4 | 116 |
| Sağlık | 86.2 | 48 |
| Beceriler | 60.5 | 77 |
| Ürün piyasası | 55.2 | 76 |
| İşgücü piyasası | 51.2 | 111 |
| Finansal sistem | 59.9 | 65 |
| Pazar büyüklüğü | 78,5 | 13 |
| İşletme dinamizmi | 57.2 | 76 |
| Yenilik kabiliyeti | 44.0 | 47 |

Kaynak: WEF, 2018b: 1.

Tablo.6'da yer alan veriler incelendiğinde; belirlenen 12 bileşen kapsamında Türkiye'nin, sahip olduğu en yüksek puanın 86.2 ile sağlık, en düşük puanın ise 44.0 ile yenilik kabiliyeti, bileşenine ait olduğu görülmektedir. Endüstri 4.0 olarak tanımlanan, dördüncü sanayi devrimi, ülkeleri çok farklı boyutlarda etkileme potansiyeline sahiptir. Hızlı bir değişim sürecini beraberinde getiren bu devrimde, ülkelerin küresel sistemde değişime ayak uydurabilmek, başarılı olabilmek ve ayakta kalabilmek adına, önem vermeleri gereken en önemli alan, yenilik kabiliyetlerini güçlendirmektir. Yenilik kabiliyeti, günümüz dünyasında sürdürülebilir bir rekabet avantajı yakalamada, stratejik öneme sahiptir. Yenilik kabiliyetinde, gerçekleştirilmesi için gereken politika düzenlemelerinin yapılması, ülkemiz açısından büyük önem arz etmektedir. Türkiye'nin diğer ülkeler içindeki konumunun, ülkenin rekabet gücünün değerlendirilmesi açısından önemli olduğu esas alındığında, tabloya ilişkin yeni yorumlar yapmak da mümkün olabilmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin pazar büyüklüğü bileşeninde, 78.5 puana sahip olduğu görülmektedir. Aldığı puan, ülkeyi 140 ülke arasından 13. sıra gibi yüksek bir sıraya yerleştirmiş bulunmaktadır. Ancak son aylarda, ülke gündemini de oldukça meşgul eden ekonomik durumun bu rapora yansması da olumlu görünmemektedir. Sahip olduğu 67.4 puana rağmen Türkiye, makroekonomik istikrar bileşeninde 140 ülke arasından 116. sırada bulunmaktadır. Belirtilen değerler kapsamında, ülkenin rekabet gücünün en yüksek olduğu alan; pazar büyüklüğü, en düşük olduğu alan ise; makroekonomik istikrardır.

Grafik. 1 Türkiye’de İş Yaşamında Karşılaşılan En Problemlen Unsurlar

Kaynak: WEF, 2017c: 2.

Türkiye’de, iş hayatında karşılaşılan en problemlen konular; siyasi istikrarsızlık, finansmana erişim, eğitimli işgücünün yetersizliği, döviz düzenlemeleri, verimsiz hükümet bürokrasisi, enflasyon, vergi oranları, hükümet istikrarsızlığı/darbeler, altyapı yetersizliği, yenilikçi kapasitenin yetersizliği, vergi düzenlemeleri, ulusal işgücü içinde zayıf iş ahlakı, kısıtlayıcı iş düzenlemeleri, kötü halk sağlığı, suç ve hırsızlık, yolsuzluk, başlıkları altında, 2017-2018 Küresel Rekabetçilik Raporu’nda, değerlendirilmiştir. Yine WEF tarafından, 2016 yılında gerçekleştirilen yönetici görüşleri, anketine ilişkin veriler, Grafik.1’de belirtilmektedir. Buna göre Türkiye’de iş dünyasının karşılaştığı en problemlen alanların başında; siyasi istikrarsızlığın geldiği görülmektedir. Finansal, yönetsel ve liyakate ilişkin diğer sorunlarda, yine öncelikli sorun alanlarını işaret etmektedir. Meslek etiği, kısıtlayıcı iş düzenlemeleri, suça ve topluma ilişkin unsurlar ise, katılımcılar tarafından düşük payı olan sorunlar olarak görülmektedir.

IMD tarafından ekonomik performans, hükümetin verimliliği, iş verimliliği ve altyapı, olmak üzere dört temel bileşene göre hazırlanan ve 63 ülkenin sıralamasının yapıldığı, Dünya Rekabetçilik Yıllığı’nda ise Türkiye, sahip olduğu; 66.607 puan ile, 46. sırada yer almaktadır. Bu endeks kapsamında 2017 yılında 47. sırada bulunan ülkenin, önceki yıla göre ilerleme kaydettiği görülmektedir (IMD, 2018: 2).

3.DÜNYA KENTLERİNİN REKABET EDEBİLİRLİĞİ

21.yüzyılın başından itibaren, gelişmiş ülkelerde ekonomik faaliyetlerde ortaya konulacak birtakım yenilikler, önemli bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu doğrultuda küreselleşme sonrasında, ekonomik kalkınmanın kritik ajanları olarak nitelendirilen kentlerde, inovatif ve gelişmiş sanayilerin gelişmelerine imkân oluşturacak ortamlar oluşturulmaya çalışılmıştır. Küreselleşme, ekonomik rekabeti kentler açısından, daha yoğun bir hale getirmiştir. Böylece, rekabetçilik üzerine yapılan araştırmalar ve çalışmalar kentlere doğru yönelerek, kentlerin rekabetçilikte üstlenmiş oldukları roller ve bunlara etki eden faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır (Eroğlu ve Yalçın, 2014: 25). Üretim sürecinde yaşanan değişimler de, kentlerin rekabet avantajı yakalamalarında, önemli bir etkidir. Daha esnek bir üretim sürecine geçilmesi, küçük ve orta ölçekli işletmelerin de küreselleşme sürecinde önemli bir avantaj kazanmalarına neden olmuştur. KOBİ’lerin böyle bir avantaj kazanmaları, buldukları kentleri de avantajlı bir konuma taşımıştır.

1991 yılında Garreau (akt, Henderson & Mitra,1996: 613-614) tarafından yazılan, Üstün Şehirler Kitabı, teknolojik gelişmeler sayesinde, Amerikan kentlerinde yaşanan değişimi anlatmaktadır. Bu kentler 1960’lı yılların ikinci yarısından itibaren büyük ve merkezi kentlerin dışında, oluşturulan yeni kentlerdir. Sakinleri için iş, konut, alışveriş ve hizmet sektörüne ilişkin tüm imkânlarla sahip olan söz konusu kentlerde yer alan işletmelerde, yapılan üretim, zekice planlanan bilgi çağının fabrikalarında gerçekleştirilmektedir. Ele alınan kentler, banliyöleşme ve kentsel yayılma konusunda; kentsel literatüre farklı bir bakış açısı, kazandırmıştır. Söz konusu büyükşehir bölgelerindeki, üretimin mekânsal organizasyonu ve ticaret bölgesinin nasıl

konumlandırılması, gerektiği hususunda yeni bir bakış açısı ortaya koymuştur (Henderson & Mitra, 1996: 614).

Elektronik ticaretin yaygınlaşması, işletmelerin önündeki mekân kısıtını ortadan kaldırmıştır. Küreselleşme ile birlikte uluslararası ticarete yaşanan engellerin ortadan kalkması, küçük yerleşme yerlerinde faaliyette bulunan işletmelerin daha önce karşı karşıya kaldıkları pazarlama güçlüklerini aşmalarına, olanak sağlamıştır (Karakılçık, 2014: 71). Sonuçta; büyük sanayi merkezleri dışında kalan küçük yerleşimlerde yer alan KOBİ'ler, gelişmiş sanayilerde bulunan büyük işletmelerle üretim kalitesi, maliyet, pazarlama olanakları yönünden, rekabet avantajı yakalayabilmiştir. Böylece birçok ülkede yeni sanayi merkezleri ortaya çıkmıştır. Ülkemizde Anadolu Kaplanları olarak adlandırılan; Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş başta olmak üzere 12 kent, esnek üretim sisteminin sağlamış olduğu imkânları avantaja çevirmeyi başaramış kentlerdir. Bu doğrultuda, aşırı kalabalıklaşmış büyük merkezler cazibesini yavaş yavaş yitirirken, büyük kentlerin çevresi gelişmeye başlayacak ve KOBİ'lerin faaliyet gösterdikleri optimum ölçekli, daha az çevresel sorunun olduğu yeni kentler ön plana çıkacaktır (Dinler, 2016: 121). Belli bir bölgede yaşanan ekonomik gelişmenin, ileri düzeylere taşınabilmesi iki etmenle açıklanmaktadır; ilk olarak ölçek ekonomilerinden azami derecede faydalanmak isteyen işletmeler, üretim kapasitelerini en uygun seviyeye ulaştırmak amacıyla yeni yatırımlar gerçekleştirecektir ki, bu da bulunduğu bölgedeki ekonomiyi de canlandıracaktır. İkinci olarak da, işletmeler dışsal ekonomilerden faydalanmak amacıyla, aynı bölgede toplanmayı tercih edeceklerdir (Karakılçık, 2014: 71). Kuruluş yerinin sunmuş olduğu avantajlar, ulaşım kolaylıkları, yerel girişim ruhu, teknolojik gelişme, buluşların mekânsal dağılımından elde edilecek karşılaştırmalı üstünlükler, içsel ve dışsal ekonomiler, altyapı yatırımları, organize sanayi bölgeleri, teknokentler, teşvikler, işletmelerin yapacakları mekânsal tercihlerde önemli faktörler olarak rol almaktadır (Öztürk ve Uzun, 2010: 94). Bu tercihte de işletmelere sunulacak imkânlar, kentlerin sahip olduğu avantaj ve dezavantajlar noktasında, kentler birbirleriyle rekabet edeceklerdir.

Her ne kadar tarih boyunca, kentler birbirleri ile bir rekabet içinde olsalar da, kent rekabetçiliği kavramı son birkaç on yılda ortaya atılan bir kavramdır. Küreselleşmenin kentler üzerinden hayat bulması rekabet kavramının kentsel mekânı kapsamaması sonucunu doğurmuştur. Burada iki husus öne çıkmaktadır; öncelikle, yerel yönetimlerin sorumluluklarının, sadece kamu hizmeti sunumuyla sınırlı olamayacağı anlaşılmıştır. İkinci husus ise, yerel girişimciliğin geliştirilmesinin de, hizmet sunumuna dâhil edilmesi gerekliliği ve 1970'li yıllarda başlayan seri üretim krizi ile birlikte, sanayi kentlerinde ortaya çıkan sorunların çözülmesi ihtiyacıdır. Kentsel rekabet konusunda yapılan çalışmaların çoğunluğu, kentin sosyo-ekonomik gelişiminde ekonomik çeşitliliğin önemini vurgulamaktadır (Lember vd., 2011: 1374-1375). Kent rekabetçiliğinin stratejik bir bakış açısıyla ele alındığı, ilk önemli çalışma, 1995 yılında Michael Porter tarafından hazırlanan belirli ölçekler geliştirerek kentlerin rekabet gücünü ölçmeye yönelik "The Competitive Advantage Of The Inner City" başlıklı makaledir (Döven, 2013: 190). Porter makalesinde, kentin içindeki ve çevresindeki ekonomik faaliyetlerin rekabet avantajına sahip olmasının, başka yerleşimlerde gerçekleştirilmesi zor olan bir işi kapsarsa, orada kalıcı bir avantaj yakalayacağını vurgulamaktadır. Porter'a göre, eğer şirketler kentsel bir tercihte bulunacaklarsa, onları kent içine yerleştirmek için zorlayıcı bir rekabet nedeni, bulmaları gerekmektedir. Konuyla ilgili olarak, makalede elektronik sektöründe hizmet veren Alpha Şirketi'nin, New York kentinde gerçekleştirmiş olduğu başarı örnek gösterilmektedir. Şirket başlangıçta Manhattan'da kurulmuştur, 1987 yılında New York Ekonomik Kalkınma Ofisi, şirketlerin mekânsal yerleşimleri ile ilgili bir düzenleme (makalede bu düzenleme ekonomik bir Rönesans olarak ifade edilmektedir) gerçekleştirmiştir. Düzenleme sonrasında kentin, bu yüksek teknoloji şirketi sayesinde, sıkıntılı bir mahallesi, istikrara kavuşmuştur. Bununla birlikte, bölgede yeni istihdam imkânları da ortaya çıkmıştır. Gerçekleştirilen mekânsal düzenleme sayesinde kent, Alpha şirketinin maliyetlerini düşürmesine ve kârını artıracak sayısız teşvikler elde etmesine imkân sağlamıştır. Bu örnek, Porter tarafından, ideal bir strateji olarak ifade edilmektedir. Ancak bu durum 1994 yılında tersine dönmüştür, nitelikli işgücünü bulunduğu bölgeye çekemeyen ve yerel sakinleri eğitemeyen şirket, üretimini ve bazı tasarım çalışmalarını dış kaynak, olarak kullanmak zorunda kalmıştır. Bununla birlikte, şirketin bulunduğu mekânla ilgili olarak ortaya çıkan, güvenlik problemleri, şirketin zor duruma düşmesine sebep olmuştur. Alpha Şirketi'nin yaşamış olduğu bu deneyim, bir işletmenin başarı veya başarısızlığında mekânsal konumun, ne kadar kritik, olabileceğini göstermektedir. Her yerleşim birimi, şirketlerin belirli bir alanda rekabet etme kabiliyetini destekleyen, bir dizi benzersiz yerel imkânlarla sahiptir. Rekabet avantajı genellikle izole şirketlerle değil, aynı sektörde hizmet veren müşteri, tedarikçi gibi birtakım ilişkiler yoluyla birbirine bağlanan şirketler aracılığı ile ortaya çıkmaktadır. Kümeler, belirli bir alanda kritik beceri, bilgi, ilişki ve altyapı kitlelerini temsil etmektedir. Bir mekândaki rekabetçi şirketlerin varlığı yeni tedarikçilerin oluşmasına, ilgili alanlarda şirketlerin büyümesine, özel eğitim programlarının oluşturulmasına ve üniversitelerde, teknolojik mükemmeliyet merkezlerinin, ortaya çıkmasına katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte kümeler, kendilerine yeni katılanlara, kendi ekonomik avantajları konusundaki deneyimlerinden

öğrenebilecekleri ve yararlanabilecekleri uzmanlığa, bağlantılara ve altyapıya erişme imkânı da sağlamaktadırlar (Porter, 1995). Bu doğrultuda kent içi rekabet avantajları ve işletmelerin çevredeki kent ve bölge ekonomileri ile bağlantı kurma yolları önem kazanmaktadır. Porter (1995), tarafından bu avantajlar; stratejik konum, yerel pazar talebi, bölgesel kümelenmelerle entegrasyon ve insan kaynakları olarak belirtilmektedir.

2001 yılında Huovar ve arkadaşları tarafından, Finlandiya'daki bölgelerin rekabetçilik endekslerini hesaplamaya yönelik geliştirilen çalışma da literatürdeki ilk örnekler, arasında yer almaktadır. Aynı dönemde Deas ve Giordano tarafından, İngiltere'de 17 büyük kentin rekabetçilik düzeyini ölçmeye yönelik bir başka çalışma daha yapılmıştır (Döven, 2013: 190-195). Krugman ise çalışmalarında, kent rekabetçiliğini eleştirel bir çerçeveden ele almıştır. Rekabetçiliğin, ancak firma düzeyinde olabileceğini ifade ederek, uluslararası ticaretin, karşılıklı yarar değişiminden ibaret olduğunu savunmuştur. Eleştirilerine dayanak olarak, ileri sürmüş olduğu argümanlar ise şu şekildedir (Krugman 1994-1996'dan akt, Eroğlu ve Yalçın, 2014: 27-28);

- Ülkeler ile firmalar arasında benzerlik kurulamaz, çünkü; başarısız firmalar iş hayatından çekilirler, ancak ülkeler için böyle bir durum söz konusu değildir.
- Firmalar pazar payı elde etmek için rekabet ederler ve birinin kaybetmesi diğerinin kazanması anlamına gelmektedir. Oysaki bir bölge ya da ülkenin başarısı, diğerlerinin başarısına bir engel teşkil etmemektedir; hatta yeni olanaklar ortaya çıkarma ihtimali bile bulunmaktadır.
- Ülkeler arası ticaret, sıfır toplamlı bir oyun değildir, rekabet edilebilirlik bir anlama sahipse, bu üretkenliğin farklı bir şekilde ifadesi olarak, ele alınabilir. Ulusal ölçekte yaşam standartlarındaki gelişme, temelde verimlilik artış oranı ile bağlantılıdır.

Kent rekabetçiliği alanındaki çalışmaların, 2000'li yılların başlarından itibaren ulusal ve uluslararası arenada yaygınlaştığı dikkat çekmektedir. Burada küreselleşme önemli bir etken olarak değerlendirilebilir, çünkü küreselleşme kentler üzerinden beslenmektedir. Kentler de küresel ekonomi ile bütünleştikleri ölçüde önem kazanmakta ve cazibe merkezi durumuna gelmektedirler. Belirli bir konuda rekabet avantajı yakalamayı başarmış kentlerin, bunu sürdürülebilir bir seviyeye taşımaları bölgelerinde bir kalkınma kutbu oluşturabilmelerine bağlıdır.

Küreselleşmenin ve sermaye hareketlerindeki artışın hız kazanmasına paralel olarak, alandaki çalışmaların artması da olağan bir sonuç gibi durmaktadır. Dolayısıyla rekabetin ülkeleri, ekonomileri, bölgeleri yarıştırdığı günümüz dünyasında, bazen tek bir kentin bazen ise, aynı ülkedeki birden çok kentin, diğer kentlere kıyasla daha avantajlı olduğu görülmektedir. Bu noktada belirtmek gerekir ki, kentler yatırımları, nüfusu, turizmi kamu fonlarını/teşviklerini kendilerine çekerek, yetenekli ve eğitilmiş işgücü, yüksek çevresel standartlar ve yüksek yaşam standartları için rekabet etmektedirler (Döven, 2013: 192). Küreselleşme asıl etkisini kent kimlikleri, kentsel hizmet kalitesi, çevre değerleri ve kentsel altyapı üzerinde göstermektedir (Keleş, 2015: 75). Bu bağlamda rekabet gücünün kent düzeyinde ele alınmasında; "yaşam kalitesi" kavramından yararlanıldığı, yaşam kalitesini belirleyen faktörlerin ise istihdam düzeyi ve verimlilik (Albayrak ve Erkut, 2010: 138) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Dolayısıyla rekabet gücünün, kentler açısından da ekonomik güç, olarak algılandığı anlaşılmaktadır.

Tablo. 7 Dünya Genelindeki En Rekabetçi 20 Kent (2017 yılı)

| Sıra | Şehir | Düzyey | Ekonomik Rekabetçilik | Ülke | Kıtası |
|------|------------------------|--------|-----------------------|------------------|---------------|
| 1 | New York | A+ | 1.000 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 2 | Los Angeles | A | 0.999 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 3 | Singapur | A | 0.971 | Singapur | Asya |
| 4 | Londra | A+ | 0.958 | Birleşik Krallık | Avrupa |
| 5 | San Francisco | A | 0.941 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 6 | Shenzhen (Şenzen) | B | 0.934 | Çin | Asya |
| 7 | Tokyo | A- | 0.920 | Japonya | Asya |
| 8 | San Jose | A | 0.916 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 9 | Münih | B+ | 0.905 | Almanya | Avrupa |
| 10 | Dallas | A- | 0.903 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 11 | Houston | A- | 0.900 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 12 | Hong Kong ² | A | 0.887 | Çin | Asya |
| 13 | Seul | A- | 0.848 | Kore | Asya |
| 14 | Shanghai (Şanghay) | A- | 0.837 | Çin | Asya |
| 15 | Guangzhou | B+ | 0.835 | Çin | Asya |
| 16 | Miami | B+ | 0.816 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 17 | Chicago | A- | 0.815 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 18 | Boston | A- | 0.812 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 19 | Dublin | A- | 0.811 | İrlanda | Avrupa |
| 20 | Pekin (Beijing) | A- | 0.810 | Çin | Asya |

Kaynak: UN-HABITAT, 2017: 70.

UN-HABITAT tarafından, 2017 yılının en rekabetçi kentlerine ilişkin yapılan sıralamada, kentlerin ekonomik güçleri esas alınmış ve bu kapsamda bir değerlendirme yapılmıştır. Buna göre, rekabetçi kentlerin 9'unun Kuzey Amerika, 8'inin Asya, 3'ünün ise Avrupa Kıtası'nda yer aldığı görülmektedir. Kentlerin bölgesel dağılımına bakıldığında ise; ABD'den Kaliforniya eyaleti; Los Angeles, San Francisco ve San Jose kentleri ile öne çıkmaktadır. Rekabetçilikte, Kaliforniya'yı, Dallas ve Houston kentleri ile Teksas eyaleti, takip etmektedir. Ayrıca listede, New York (New York Kenti), Florida (Miami Kenti), Illinois (Chicago Kenti) ve Massachusetts (Boston Kenti) eyaletleri de yer almaktadır.

Asya Kıtası'nda ise, rekabetçi ülkelerin genel itibariyle Çin'de yer aldığı gözlemlenmektedir. Singapur, Japonya ve Kore, Çin'i takip eden ülkeler arasındadır. Bölgesel açıdan bir değerlendirme yapıldığında; Çin'in güneyinde yer alan Guangdong eyaleti (Şenzen ve Guangzhou Kentleri), ülkenin güney kıyısında yer alan ve özel bir yönetim biçimine sahip olan Hong Kong, ülkenin en büyük kenti olan Şangay ve başkent Pekin'in öne çıktığı görülmektedir. Asya Kıtası'ndaki diğer rekabetçi kentler ise; Singapur'un başkenti Singapur, Japonya'nın başkenti Tokyo ve Güney Kore'nin başkenti Seul'dür. Tablo.7'de belirtildiği üzere, rekabetçi dünya kentleri sıralamasında, Avrupa Kıtası'ndan ise 3 kent bulunmaktadır. Bu kentlerden ikisi; başkent statüsünde yer alan Londra (hem İngiltere hem Birleşik Krallık) ve Dublin (İrlanda)'dır. Almanya'nın Baviera eyaletindeki bir kent olan Münih ise, başkent olmadığı halde rekabette öncü kentlerden biri olarak ön plana çıkmaktadır.

UN-HABITAT tarafından hazırlanan çalışmada, dünya genelinde, en rekabetçi 20 kentin yanı sıra, toplam 200 kentin de ekonomik açıdan rekabet güçleri incelenmiştir. Bu kentler arasında, Türkiye'den 0.7480 puan ile 33. sırada İstanbul ve 0.5241 puan ile 181. sırada Kocaeli'nin Gebze ilçesi bulunmaktadır (UN-HABITAT, 2017: 71-13).

² Hong Kong, özel statülü bir bölge olduğu için bazı kaynaklarda ayrı bir ülke, bazı kaynaklarda ise Çin'e bağlı özel bir idari bölge olarak geçmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti Hong Kong SAR (Özel İdari Bölgesi): "Hong Kong, 1842 yılında Nanking Antlaşmasıyla Çinlilerden İngilizlere geçmiştir. 1949'da Birleşik Krallık'ın Çin'i tanımasıyla ekonomik hayatı gelişen Hong Kong, II. Dünya Savaşı esnasında (24 Aralık 1941'de) Japonların eline geçmiştir. Hong Kong, 1945'te yeniden Britanyalılara verilmiş, yapılan anlaşma neticesinde 1 Temmuz 1997'de Çin'e geri verilmiştir. Bu gelişme ile birlikte, Hong Kong, Çin'e bağlı özerk bir bölge haline getirilmiştir" (https://tr.wikipedia.org/wiki/Hong_Kong). Ayrıntılı bilgi için bkz: Asuman Suner (1997) "Hong Kong: Sömürgecilik Tarihinde Bir Sayfa Kapanırken"; <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/2815/hong-kong-somurgecilik-tarihinde-bir-sayfa-kapanirken#.W2HDF9Izbs1>

Tablo. 8 Rekabet Gücü En Düşük 10 Kent (2017 yılı)

| Sıra | Şehir | Düzyey | Ekonomik Rekabetçilik | Ülke | Kıtası |
|------|--------------|--------|-----------------------|------------------|---------------|
| 191 | Marsilya | C | 0.5179 | Fransa | Avrupa |
| 192 | Nottingham | C- | 0.5168 | Birleşik Krallık | Avrupa |
| 193 | Omaha | C+ | 0.5158 | A.B.D. | Kuzey Amerika |
| 194 | Shaoxing | C- | 0.5157 | Çin | Asya |
| 195 | Leicester | C | 0.5156 | Birleşik Krallık | Avrupa |
| 196 | Daegu | C | 0.5155 | Güney Kore | Asya |
| 197 | Montevideo | C | 0.5140 | Uruguay | Güney Amerika |
| 198 | Dongying | C- | 0.5132 | Çin | Asya |
| 199 | Taizhou (Js) | C- | 0.5128 | Çin | Asya |
| 200 | Panama City | C | 0.5114 | Panama | Orta Amerika |

Kaynak: UN-HABITAT, 2017: 75.

Tablo.8’de yer verilen rekabet gücü en düşük, 10 kent değerlendirildiğinde; kentlerin, C (+,-) düzeyindeki kentlerden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca bu 10 kentin; 3’ü Avrupa, 3’ü Amerika, 4’ü ise Asya Kıtası’nda yer almaktadır. Kentler incelendiğinde, Avrupa Kıtası’nda; Fransa’dan 1, Birleşik Krallık’tan ise 2 kentin son 200 kent arasında, yer aldığı görülmektedir. Amerika Kıtası’nda yer alan kentlerin, kıtanın kuzey-güney ve orta kesimlerine dağılmış olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre, Nebraska eyaletinde bulunan Omaha; Uruguay’ın başkenti olan Montevideo ve Panama’nın başkenti olan Panama City, rekabet gücü en düşük kentler, arasında bulunmaktadır. Asya Kıtası açısından bir değerlendirme yapıldığında ise; Güney Kore’de bulunan Daegu kenti hariç, diğer 3 kent Çin sınırları içinde yer almaktadır. Rekabet gücü, en yüksek ve düşük kentler bir arada değerlendirildiğinde ise, aynı ülkenin aynı bölgelerinde yer alan kentlerde bile rekabet gücü, yani ekonomik güç noktasında, önemli uçurumlar yaşandığı dikkat çekmektedir. Bu durum bölgelerarası rekabetin yerini, kentler arası rekabete bıraktığının önemli bir kanıtını teşkil etmektedir.

4.KENTLER ARASI REKABET VE TÜRKİYE

Çalışmanın eksenini itibariyle, güncel veriler eşliğinde dünya kentlerinin rekabetçilik seviyelerinin belirlenmesinin ardından, geliştirilen belirli endeksler çerçevesinde Türkiye’deki kentlerin konumlarının tartışılması gerekmektedir. Kent rekabetçiliği konusunda, Türkiye özelinde, kamu kurumları, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları ve özel kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ancak belirtmek gerekir ki, muhtemelen ülkenin temel gerçeklerinden birisi olan bölgelerarası kalkınma ve gelişmişlik noktasında dengesizlikler olduğu için, bu çalışmalarda genellikle kalkınma, gelişmişlik gibi kavramlar merkezde yer almaktadır (Döven, 2013: 198). Ayrıca bu çalışmalarda izlenen genel yol, belirli değişkenler esas alınarak toplanan verilerin karşılaştırmalı analizi şeklinde, ilerlemekte ve çalışmaların genelinde kent kavramından ziyade şehir veya daha geniş olan il ifadesinin kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bu konuda gerçekleştirilen ilk çalışmalar, 1996 yılında DPT tarafından yapılan SEGE (İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması) yapılan araştırmaların öncüsü olarak, nitelendirilmektedir. Çalışma, demografi, istihdam, eğitim, sağlık, sanayi, tarım, inşaat, altyapıya ilişkin göstergelerin yanı sıra mali göstergeler ile diğer refah göstergelerinden oluşmaktadır. İlleri gelişme durumlarına göre beş kademe de ele alan çalışmaya göre; İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Bursa illeri birinci kademe de yer alırken, Tunceli, Adıyaman, Kars, Gümüşhane, Bayburt, Batman, Mardin, Van, Siirt, Iğdır, Hakkâri, Bitlis, Ardahan, Bingöl, Ağrı, Şırnak ve Muş son kademe de yer almaktadır (Aktan, 2002: 4). Çalışmada, sosyal ve ekonomik göstergelere yansıyan mekânsal farklılaşmanın, ülke genelinde yaşanan yerleşme sorunu ile iç içe geçtiği ifade edilmekte; geri kalmış bölgelerdeki sorunların durgunluk, yatırım ve hizmet eksikliği olduğu, gelişmiş yerlerde ise hızlı nüfus artışına paralel bir biçimde işsizlik, altyapı yetersizliği, kaçak yapılaşma, asayiş ve artan çevre sorunları olduğu belirtilmektedir (Dinçer, 1996; 9).

2002 yılında, Barca ve arkadaşları tarafından hazırlanan çalışma ise, Çorum, Denizli, Gaziantep, Kayseri ve Kahramanmaraş’ın belirli değişkenler üzerinden karşılaştırılması esasına dayanmaktadır. Buna göre iç ve dış olmak üzere, iki temel faktör ve bunlara bağlı alt faktörler geliştirilmektedir. Çalışmada, kentlerdeki hâkim sanayi kolu, sanayi yoğunluğu, kümelenme, politik iklim, stratejik konum, faktör koşulları ve talep koşulları gibi unsurların dış faktörler arasında sınıflandırıldığı görülmektedir. Kentlerin rekabet düzeyini ölçmede kullanılan iç faktörler ise, kaynaklar ve yetkinlikler, kültürel iklim, öğrenme bölgeleri, girişimcilik yeteneği şeklinde belirlenmektedir (Barca vd., 2002).

Alandaki bir diğer çalışma ise Aydemir (2002) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada bölgelerin görece rekabet edebilirliğinin ölçülmesinde; veri zarflama analizi yöntemi, kullanılarak Türkiye’deki illere yönelik

bir verimlilik analizinin yapıldığı, dikkat çekmektedir. Bu analiz kapsamında, rekabet gücünün belirlenmesinde illerin hangi kaynakları ne derecede verimli kullandığı esas alınarak, iller bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur (Aydemir, 2002: 94; Döven, 2013: 199). Çalışmada veri eksiklikleri nedeniyle; Kırklareli, Uşak, Siirt ve Düzce hariç 77 ilin incelendiği vurgulanmaktadır. Rekabet gücünün belirlenmesinde; 8 girdi, 1 çıktı faktörünün esas alındığı çalışmaya göre; rekabetçi yapı, nitelikli insan gücü, ulaştırma altyapısı ve yatırımları, esnaf, sanatkâr ve küçük sanayi yatırımları, tarım, imalat ve madencilik, enerji ve diğer hizmetler sektörlerinde gerçekleşen teşvik belgeli yatırımlar ile tarım ve imalat sektörlerinde hizmet veren KOBİ'lere verilen toplam yatırım ve işletme kredileri, girdi faktörü, olarak kabul edilmektedir. Çıktı ise, il bazında üretilen katma değerden oluşmaktadır (Aydemir, 2002: 102-103).

Türkiye'de kentlerin rekabet güçlerinin ölçülmesinde, günümüzdeki birçok çalışmanın temelinde yer alan bir diğer çalışmanın ise 2003 yılında DPT tarafından yayımlandığı görülmektedir. Dinçer ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen (SEGE-2003) bu çalışma, mevcut idari yapı çerçevesinde 81 ili kapsamaktadır. (Dinçer vd., 2003: 20; Döven, 2013: 200). "Gelişmişliğin mümkün olduğu kadar çok boyutunu hesaba katabilmek için, değişken sayısının güvenilir ve tutarlı veri bulunabildiği ölçüde, geniş tutulmasına" özen gösterildiği çalışmada sosyal ve ekonomik olmak üzere, iki temel değişken grubunun belirlendiği görülmektedir. Buna göre, demografik değişkenler; istihdam, eğitim, sağlık, altyapı ve diğer refah değişkenleri, sosyal değişkenler arasında sıralanmaktadır. Ekonomik değişkenler grubu ise, imalat sanayii, inşaat, tarım değişkenleri ile mali değişkenlerden oluşmaktadır. Temel bileşenler analizi, tekniğinin kullanıldığı çalışmada, kentlerin rekabet gücünü ölçmek için, belirtilen değişkenler kapsamında 58 gösterge yer almakta ve gelişmişlik endeksine göre kademeli il grupları belirlenmektedir (Dinçer vd., 2003).

Tablo. 9 Türkiye'de Kent Rekabetçiliği Alanında Yapılan Bazı Çalışmalar³

| Yıl | Kurum | Endeks Adı | Alt Endeks Sayısı | Değişken Sayısı |
|------|---------------------------|--|-------------------|-----------------|
| 1996 | DPT | İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE) | 10 | 58 |
| 2003 | DPT | İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE) | 10 | 58 |
| 2007 | ALKİN/BULU/KAYA | İllerarası Rekabetçilik Endeksi | 4 | 36 |
| 2008 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2007-2008 | 4 | 36 |
| 2008 | DPT/ Murat KARA | İller Bazında Rekabet Edebilirlik Kademelenmesi | 5 | 30 |
| 2009 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2008-2009 | 4 | 39 |
| 2009 | EDAM | Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi | 6 | 52 |
| 2010 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2009-2010 | 4 | 42 |
| 2010 | ALBAYRAK/ERKUT | Bölgesel Rekabet Gücü Endeksi | 5 | 32 |
| 2011 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2010-2011 | 4 | 40 |
| 2011 | EGEV | İllerarası Rekabet Endeksi-2011 (Ege Bölgesi) | 21 | 56 |
| 2011 | Boğaziçi Üniversitesi | Türkiye'nin Şehirleri Sürdürülebilirlik Araştırması | 3 | 63 |
| 2011 | Mevlana Kalkınma Ajns | Konya Karaman İlçeleri Sosyal Gelişmişlik Endeksi | 3 | 17 |
| 2012 | İstanbul Üniversitesi | 26 Bölge- 81 İl Küresel Rekabet Endeksi | 3 | 338 |
| 2013 | Prof.Dr. Ali Rıza KARACAN | En Yaşanabilir Kentler –Sürdürülebilir Kalkınma Endeksi (Çevre Ekonomisi ve Politika Kitabı) | - | - |
| 2013 | T.C. Kalkınma Bakanlığı | İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE-2011) | 8 | 61 |
| 2014 | İş Bankası | İllerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması (İGE-2010/İGE-2012) | 2 | 49 |
| 2014 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2012-2013 | 4 | 61 |
| 2014 | Kayseri Ticaret Odası | Kayseri Rekabet Endeksi, 2013-2014 (Rekabet Endeksi-81 İl) | 3 | 276 |
| 2015 | TÜİK | İllerde Yaşam Endeksi (Well-Being Index) | 11 | 41 |
| 2016 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2013-2014 | 4 | 68 |
| 2016 | EDAM&TÜRKONFED | Türkiye İçin Rekabet Endeksi Raporu | 8 | 65 |
| 2017 | İSTKA | İstanbul Rekabet Endeksi | 9 | 100 |
| 2019 | URAK | URAK-İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2018 | 4 | 85 |

Kaynak: URAK, 2019: 16.

Türkiye'de kent rekabetçiliği alanında yürütülen çalışmaların özetlendiği Tablo.9 incelendiğinde; çalışmaların bir kısmının yerel, bir kısmının bölgesel, bir kısmının ise genel mahiyette, olduğu görülmektedir.

³ Türkiye'de kentler arası rekabetçilik kapsamında hazırlanan endeksleme çalışmalarının kentten daha geniş bir alanı kapsayacak şekilde ve genellikle il bazında ele alındığı belirlenmektedir. Bu nedenle Türkiye ile ilgili kısımlarda çalışmaların içeriğinde yer aldığı şekliyle il kavramının kullanılmasına özen gösterilmiştir.

Dolayısıyla kentler arası rekabet konusunun, Türkiye’de ilgi kazandığı ve alandaki çalışmaların arttığı anlaşılmaktadır. Hatta 2009 yılında Bayındırlık ve İskân Bakanlığı (2011 yılında yapılan değişiklik ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığı) bünyesinde oluşturulan Kentleşme Şûrası kapsamında, Bölgesel Eşitsizlik, Yerel Kalkınma ve Rekabet Edebilir Kentler Komisyonu’nun kurulduğu ve Komisyonun konuya ilişkin sorun alanlarını tespit edip, stratejiler geliştirdiği bilinmektedir. Ancak bütün çalışmaların her sene geliştirildiği ve güncellendiğini söylenememektedir. Bu kapsamda, çalışmaların tamamına burada yer vermek mümkün olmadığı için, çalışmada Türkiye’deki mevcut kentlerin rekabet düzeylerinin, en güncel, kapsamlı ve nispeten sürekliliği bulunan çalışmalar esas alınarak değerlendirilmesi yapılmaktadır.

2013 yılında, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan (SEGE 2011) kapsamında, SEGE 2003’teki göstergelerin geliştirilip 61’e çıkarıldığı, demografi (5), istihdam (8), eğitim (6), sağlık (5) ve mali (7) göstergelere ilaveten, rekabetçi ve yenilikçi kapasite (15), erişilebilirlik (6) ve yaşam kalitesi (9) alanlarından da değişkenler kullanıldığı görülmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2013: 22-23). Ülkedeki 81 ilin, hem il, hem de İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflamasına göre, sıralamasının yapıldığı bu çalışmada illerin, gelişmişlik düzeylerine göre, altı kademeye ayrıldığı belirlenmektedir. Buna göre; birinci kademe gelişmiş 8 il, ikinci kademe gelişmiş 13 il, üçüncü kademe gelişmiş 12 il, dördüncü kademe gelişmiş 17 il, beşinci kademe gelişmiş 16 il ve altıncı kademe gelişmiş 15 il, bulunmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

Tablo. 10 Türkiye’nin En Gelişmiş İlleri (SEGE-2011)

| Sıra | İl Kodu | İller | Endeks Değeri |
|------|---------|-----------|---------------|
| 1 | TR100 | İstanbul | 4,5154 |
| 2 | TR510 | Ankara | 2,8384 |
| 3 | TR310 | İzmir | 1,9715 |
| 4 | TR421 | Kocaeli | 1,6592 |
| 5 | TR611 | Antalya | 1,5026 |
| 6 | TR411 | Bursa | 1,3740 |
| 7 | TR412 | Eskişehir | 1,1671 |
| 8 | TR323 | Muğla | 1,0493 |
| 9 | TR211 | Tekirdağ | 0,9154 |
| 10 | TR322 | Denizli | 0,9122 |

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2013: 50.

Tablo.10’daki sıralama incelendiğinde; Türkiye’de sosyo-ekonomik açıdan en gelişmiş illerin sanayi, ekonomi, hizmet sektörü ve yaşam kalitesi gibi birçok faktör açısından ülkede en çok tercih edilen, aynı zamanda nüfusun da yoğun olarak yaşadığı kentler, olduğu dikkat çekmektedir. Tekirdağ ve Denizli hariç sıralamadaki diğer 8 il, birinci kademe gelişmiş iller arasında yer almaktadır. Ayrıca ilk 10 il arasına girmeyi başaran Muğla, Tekirdağ ve Denizli illerinin 12/11/2012 tarihli ve 6360 sayılı Kanun ile yeni büyükşehir yapılan iller arasında, yer aldığı görülmektedir.

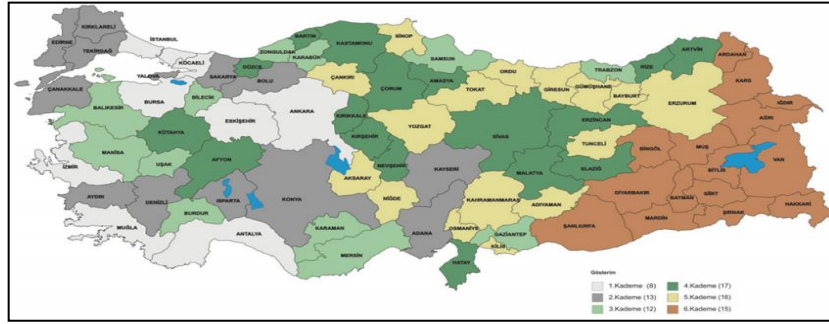
Tablo. 11 Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyi En Düşük İller (SEGE-2011)

| Sıra | İl Kodu | İller | Endeks Değeri |
|------|---------|-----------|---------------|
| 72 | TRB13 | Bingöl | -1,1920 |
| 73 | TRC21 | Şanlıurfa | -1,2801 |
| 74 | TRC31 | Mardin | -1,3591 |
| 75 | TRB21 | Van | -1,3783 |
| 76 | TRB23 | Bitlis | -1,4003 |
| 77 | TRC34 | Siirt | -1,4166 |
| 78 | TRC33 | Şırnak | -1,4605 |
| 79 | TRA21 | Ağrı | -1,6366 |
| 80 | TRB24 | Hakkâri | -1,6961 |
| 81 | TRB22 | Muş | -1,7329 |

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2013: 50.

Türkiye’nin gelişmişlik düzeyi en düşük, 10 ili incelendiğinde ise; illerin tamamının Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde bulunduğu görülmektedir. Tablo.10 ve Tablo.11’deki endeks değerleri karşılaştırıldığında; birinci sırada yer alan İstanbul ile son sırada yer alan Muş arasında yaklaşık 6,24’lük bir puan farkı bulunduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Tablo.11’deki illerin tamamının altıncı kademedeki iller arasında yer aldığı, 6360 sayılı Kanun ile büyükşehir olan, Şanlıurfa, Mardin, Van illerinin de, gelişmişlik düzeyi düşük son 10 il arasında bulunması dikkat çekmektedir.

Harita.1 Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Durumlarına Göre İller



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2013: 52.

Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişmişliğine ilişkin genel bir kanaat, Harita.1 aracılığıyla elde edilebilmektedir. Bu doğrultuda bölgesel açıdan bir değerlendirme yapıldığında; ülkedeki gelişmişlik farklılıklarının yalnızca bölgesel farklılıklar ile açıklanamayacağı ortadadır. Dolayısıyla aynı bölgede yer almasına rağmen Ankara, Konya, Karaman, Niğde ve Nevşehir illerinin her birinin farklı gelişmişlik seviyesinde bulunması verilebilecek örneklerden birini teşkil etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, ülkede yaşanan bölgelerarası eşitsizlik sorununun günümüzde kentler arasında da derinleştiği söylenebilecektir.

Türkiye'de rekabet gücünün kent düzeyinde tespitine yönelik hazırlanan bir diğer çalışma TÜRKONFED (Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu) ve EDAM (Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi) işbirliğinde hazırlanan; Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi, başlıklı çalışmadır. İlk olarak, 2009 yılında yayımlanan bu endeksleme çalışmasının, yeni endeks grupları oluşturularak ve güncellenerek 2016 yılında güncellendiği görülmektedir. Temel bileşenler analizi yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada, kentlerin rekabet güçlerinin, 8 alt endeks ve bunlara bağlı olarak geliştirilen 65 değişken esas alınmak suretiyle ölçüldüğü belirlenmektedir.

Rekabet endeksi için kullanılan alt endeksler ve değişken sayıları incelendiğinde; verilerin makroekonomik istikrar endeksi (6), piyasa büyüklüğü endeksi (8), finansal derinlik endeksi (6), emek piyasası endeksi (7), insan sermayesi endeksi (8), yaratıcı sermaye endeksi (7), sosyal sermaye endeksi (14) ve fiziki altyapı endeksi (9) esas alınarak, toplandığı ifade edilmektedir (EDAM, 2016: 64).

Tablo. 12 Rekabet Gücü En Yüksek 10 İl (EDAM)

| Sıra | İl | Endeks Değeri (2014) | Endeks Değeri (2008) | İl Sıralaması (2008 yılı) |
|------|-----------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| 1 | İstanbul | 100 | 100 | (1) |
| 2 | Ankara | 79 | 89 | (2) |
| 3 | İzmir | 57 | 61 | (3) |
| 4 | Antalya | 56 | 54 | (5) |
| 5 | Kocaeli | 55 | 59 | (4) |
| 6 | Muğla | 51 | 47 | (8) |
| 7 | Eskişehir | 48 | 53 | (6) |
| 8 | Bursa | 43 | 49 | (7) |
| 9 | Denizli | 43 | 43 | (11) |
| 10 | Tekirdağ | 41 | 44 | (9) |

Kaynak: EDAM, 2016: 11.

Rekabet edebilirliğin tespitinde, SEGE Araştırmalarına kıyasla, 4 değişken daha fazla kullanan bu çalışmada, ilk ve son 10 sırada yer alan iller değerlendirildiğinde; özellikle ilk 10 il açısından, aynı illerin ipi göğüslediği dikkat çekmektedir. Merkezin 2008 yılında gerçekleştirdiği endeksleme çalışması ile karşılaştırma yapıldığında, İstanbul'un geçen altı yıllık süre içerisinde 100 tam puanı korumayı başardığı anlaşılmaktadır. Ankara ve İzmir'in ise, puan kaybı yaşadığı izlenimi söz konusu olmakla birlikte, rekabet güçlerini korumayı başardıkları belirlenmiştir. Ayrıca Antalya, Denizli ve Muğla illerinin 2008 yılına göre, sıralamadaki konumlarını ve dolayısıyla rekabet edebilirliklerini yükselttikleri, görülmektedir. Kocaeli, Eskişehir, Bursa ve Tekirdağ illerinin önceki çalışmaya göre, birer sıra geriledikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu kentlerin rekabet güçlerinde nispeten bir düşüş olduğu söylenebilir.

Tablo. 13 Rekabet Gücü En Düşük 10 İl (EDAM)

| Sıra | İl | Endeks Değeri (2014) | Endeks Değeri (2008) | İl Sıralaması (2008 yılı) |
|------|-----------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| 72 | Bitlis | 9 | 8 | (75) |
| 73 | Van | 9 | 10 | (72) |
| 74 | Batman | 8 | 10 | (73) |
| 75 | Mardin | 7 | 6 | (77) |
| 76 | Siirt | 7 | 8 | (74) |
| 77 | Hakkâri | 7 | 5 | (79) |
| 78 | Ağrı | 6 | 6 | (78) |
| 79 | Şanlıurfa | 6 | 7 | (76) |
| 80 | Muş | 3 | 3 | (81) |
| 81 | Şırnak | 2 | 5 | (80) |

Kaynak: EDAM, 2016: 11.

Türkiye'nin rekabet gücü en düşük, 10 ilini değerlendirdiğimizde de, SEGE 2011'deki illerle hemen hemen aynı illeri kapsadığı, görülmektedir. İstisnai olarak belirtmek gerekir ki, SEGE 2011'de Bingöl, sıralamadaki iller arasında yer alırken, Batman yer almamaktadır. Bu durumun, kullanılan endeks değişkenlerinin ve çalışmaların yapıldığı yılların farklılığı ve kentlerin gelişme durumları ile ilgili olduğu, düşünülmektedir. İllerin rekabet güçleri 2008 yılı ile kıyaslandığında ise; Bitlis, Mardin, Hakkâri ve Muş illerinin rekabet güçlerinin nispeten arttığı, Van ve Şırnak'ın 1, Siirt'in 2, Şanlıurfa'nın 3 sıra gerilediği, Ağrı'nın ise, mevcut yerini koruduğu görülmektedir.

Alana katkı sağlayan ve en güncel verileri içermesi bakımından önem taşıyan, bir diğer çalışma Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından hazırlanan, İllerarası Rekabetçilik Endeksi'dir. İlk kez 2009 yılında yayınlanan çalışmanın, ilerleyen süreçte geliştirildiği görülmektedir. 81 ilin birbirleri karşısındaki durumuna ilişkin değerlendirme yapılmasına imkân veren endekste; beşeri sermaye (16), yenilikçilik (12), üretim ve ticaret (34) ile yaşanabilirlik (23) olmak üzere 4 alt endeks ve bu endekslere bağlı olarak geliştirilen 85 değişken bulunmaktadır. Bu değişkenlerin, kalkınmanın ayrıntılı kriterlerini gösterecek şekilde, geniş kapsamlı olarak belirlendiği anlaşılmaktadır. Söz konusu değişkenlerin Süper Ligde ili temsil eden futbol takımı varlığından, ilin hava kalitesi değerine kadar, ilde yüksek hızlı tren varlığından ile ait bilimsel yayın sayısına kadar, geniş bir yelpazeye yayıldığı belirlenmektedir (URAK, 2019: 18). Belirtilen değişkenlerin de dâhil edildiği, 85 gösterge doğrultusunda, illerin rekabet edebilirlikte sergilemiş oldukları performansa ilişkin, nispi bir yorum yapılabilmek ise Tablo. 14 aracılığıyla mümkün görünmektedir.

Tablo. 14 Endeks Bazında Yıllara Göre İllerin Durumu (2012-2017)

| İl | 2012-13 | 2013-14 | 2014-15 | 2015-16 | 2016-17 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| İstanbul | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Ankara | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| İzmir | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Kocaeli | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Bursa | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Eskişehir | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Antalya | 7 | 7 | 9 | 7 | 7 |
| Konya | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| Yalova | 13 | 10 | 9 | 9 | 9 |
| Sakarya | 12 | 9 | 10 | 10 | 10 |
| Tekirdağ | 9 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| Trabzon | 10 | 12 | 12 | 14 | 12 |
| Denizli | 17 | 18 | 19 | 12 | 13 |
| Edirne | 11 | 13 | 13 | 15 | 14 |
| Bolu | 23 | 20 | 17 | 19 | 15 |
| Adana | 15 | 14 | 16 | 13 | 16 |
| Kayseri | 14 | 15 | 15 | 16 | 17 |
| Isparta | 16 | 17 | 14 | 17 | 18 |
| Aydın | 27 | 26 | 26 | 18 | 19 |
| Gaziantep | 21 | 19 | 20 | 20 | 20 |
| Karabük | 19 | 16 | 18 | 26 | 21 |
| Kırşehir | 24 | 22 | 21 | 21 | 22 |
| Samsun | 18 | 24 | 24 | 24 | 23 |
| Muğla | 29 | 23 | 27 | 25 | 24 |
| Çanakkale | 20 | 21 | 23 | 22 | 25 |
| Mersin | 22 | 32 | 22 | 23 | 26 |
| Rize | 31 | 29 | 30 | 30 | 27 |
| Zonguldak | 33 | 30 | 31 | 31 | 28 |

| | | | | | |
|----------------|----|----|----|----|----|
| Manisa | 26 | 25 | 25 | 27 | 29 |
| Kütahya | 30 | 34 | 32 | 29 | 30 |
| Kırklareli | 32 | 31 | 28 | 33 | 31 |
| Balıkesir | 35 | 35 | 29 | 28 | 32 |
| Tunceli | 28 | 27 | 35 | 41 | 33 |
| Kırıkkale | 34 | 41 | 40 | 34 | 34 |
| Bilecik | 37 | 33 | 33 | 32 | 35 |
| Elazığ | 25 | 28 | 41 | 39 | 36 |
| Düzce | 45 | 44 | 42 | 42 | 37 |
| Erzurum | 39 | 42 | 45 | 43 | 38 |
| Erzincan | 43 | 40 | 39 | 47 | 39 |
| Burdur | 41 | 43 | 34 | 35 | 40 |
| Malatya | 40 | 39 | 36 | 37 | 41 |
| Artvin | 36 | 38 | 38 | 38 | 42 |
| Amasya | 50 | 45 | 43 | 45 | 43 |
| Uşak | 52 | 49 | 49 | 46 | 44 |
| Sivas | 38 | 36 | 44 | 36 | 45 |
| Hatay | 42 | 46 | 48 | 48 | 46 |
| Nevşehir | 48 | 37 | 37 | 40 | 47 |
| Giresun | 44 | 50 | 54 | 51 | 48 |
| Çankırı | 46 | 48 | 46 | 50 | 49 |
| Afyonkarahisar | 57 | 54 | 47 | 44 | 50 |
| Çorum | 55 | 53 | 55 | 53 | 51 |
| Karaman | 49 | 47 | 50 | 49 | 52 |
| Kahramanmaraş | 51 | 51 | 52 | 52 | 53 |
| Yozgat | 58 | 63 | 63 | 58 | 54 |
| Niğde | 54 | 57 | 59 | 55 | 55 |
| Sinop | 59 | 58 | 62 | 59 | 56 |
| Bartın | 60 | 62 | 53 | 56 | 57 |
| Kastamonu | 47 | 52 | 57 | 63 | 58 |
| Kilis | 64 | 56 | 51 | 54 | 59 |
| Osmaniye | 61 | 55 | 58 | 61 | 60 |
| Tokat | 63 | 61 | 61 | 62 | 61 |
| Ordu | 53 | 60 | 56 | 60 | 62 |
| Gümüşhane | 56 | 65 | 60 | 64 | 63 |
| Ardahan | 71 | 69 | 66 | 69 | 64 |
| Bayburt | 62 | 59 | 65 | 57 | 65 |
| Adıyaman | 67 | 66 | 64 | 66 | 66 |
| Aksaray | 66 | 67 | 68 | 65 | 67 |
| Bingöl | 68 | 68 | 69 | 70 | 68 |
| Diyarbakır | 65 | 64 | 67 | 67 | 69 |
| Kars | 74 | 70 | 71 | 68 | 70 |
| Siirt | 69 | 71 | 70 | 72 | 71 |
| Bitlis | 70 | 75 | 74 | 73 | 72 |
| Mardin | 73 | 73 | 73 | 77 | 73 |
| Van | 75 | 74 | 78 | 74 | 74 |
| Batman | 78 | 80 | 77 | 75 | 75 |
| Şanlıurfa | 72 | 72 | 72 | 71 | 76 |
| Iğdır | 77 | 78 | 75 | 76 | 77 |
| Muş | 76 | 77 | 79 | 78 | 78 |
| Şırnak | 79 | 76 | 80 | 79 | 79 |
| Hakkâri | 80 | 79 | 76 | 80 | 80 |
| Ağrı | 81 | 81 | 81 | 81 | 81 |

Kaynak: URAK, 2019: 35

Tablo.14'te yer alan veriler, yıllar itibariyle geliştirilen endeksler kapsamında Türkiye'deki illerin rekabet güçleri hakkında ve 5 yıllık süre içerisinde sergilemiş oldukları performansa ilişkin, bir değerlendirme yapılmasına imkân tanımaktadır. Bu bağlamda, istisnai birkaç il haricinde diğer iller için değişken bir tablo yaşandığını, belirtmek gerekmektedir. Tıpkı SEGE ve EDAM araştırmasında olduğu gibi, bu çalışmada da rekabet gücü en yüksek üç ilin sırasıyla İstanbul, Ankara ve İzmir'den oluştuğu tespit edilmektedir. Ancak burada belirtmek gerekir ki; kurum tarafından 2016 yılında ve 2013-2014 verileri esas alınarak yayınlanan rapordaki genel endeks sıralamaları ile 2019 yılında 2016-2017 verileri esas alınarak yayınlanan genel endeks sıralamalarında, birtakım farklılıklar dikkat çekmektedir. Söz konusu farklılık yılların değişmesinden değil, aynı yıllara ait illerin sıralamasının değişmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, 2019 raporunda yer alan sıralamalar üzerinden değerlendirme yapılmış olup, belirli noktalarda 2016 raporuna atıfta bulunmak, uygun görülmüştür. Gerek rekabet gücü en yüksek, gerekse de en düşük kentler açısından genel bir değerlendirme yapılacak olduğunda, karşımıza şu durumlar çıkmaktadır:

Rekabette öncü beş kentin, yıllardır mevcut konumlarını korudukları görülmektedir. Ancak İstanbul, Ankara ve Kocaeli ilk endeks çalışmasının yapıldığı 2009-2010 döneminden itibaren, sıralamadaki yerlerini korumakta olup, İzmir ve Bursa'nın sadece 2010-2011 döneminde birer sıra değişiklik yaşadığı anlaşılmaktadır (URAK, 2016: 33). Rekabet gücü en yüksek ilk 10 il, açısından değerlendirme yapılacak olduğunda, bu illerin yoğunlukla büyükşehir belediyesi kapsamında, yer aldığı anlaşılmaktadır. Sıralamada en çok dikkati ise, 1995 yılında il olan ve henüz büyükşehir statüsünde bulunmayan, Yalova'nın konumu çekmektedir. Endekslemenin ilk kez yapıldığı, 2009-2010 döneminde 27. sırada yer alan Yalova (URAK, 2016: 33), 2016-2017 döneminde yani yaklaşık 7 yıllık süreçte, 9. sıraya yükselerek Türkiye'nin en rekabetçi illeri arasında yer almayı başarmış görünmektedir.

Tablo. 15 2016-2017'nin En Rekabetçi İlleri

| Sıra | İller | 2016-2017 Genel Endeks Değeri |
|------|-----------|-------------------------------|
| 1 | İstanbul | 69,13 |
| 2 | Ankara | 46,04 |
| 3 | İzmir | 33,80 |
| 4 | Kocaeli | 28,39 |
| 5 | Bursa | 25,49 |
| 6 | Eskişehir | 22,63 |
| 7 | Antalya | 22,53 |
| 8 | Konya | 21,25 |
| 9 | Yalova | 19,55 |
| 10 | Sakarya | 19,22 |

Kaynak: URAK, 2019: 30

Kurumun belirlediği, 4 alt endeks ve 85 gösterge kapsamında hesaplanan puanlara göre, Türkiye'nin en rekabetçi illerinin durumu Tablo.15'te görülmektedir. Buna göre; ilk iki sıradaki iller arasında bile 23,09'luk bir fark olduğu belirlenmektedir, dolayısıyla bu farkın sonlara doğru oldukça açılması kaçınılmaz görülmektedir.

Rekabet gücü en düşük iller incelendiğinde ise, karşımıza daha değişken bir tablo çıkmaktadır. Öncelikle Tablo. 14 incelendiğinde, son 10 il arasında 6360 sayılı Kanun ile büyükşehir olan Mardin, Van ve Şanlıurfa göze çarpmaktadır. Ancak yıllar itibariyle, Ağrı hariç bu 3 il başta olmak üzere, diğer 7 ilin de çok durağan bir seyir izlediği anlaşılmaktadır. Bunlar içerisinde; Mardin'in, Van'ın, Şırnak'ın ve Hakkâri'nin nispeten istikrarlı olduğu, söylenebilecektir. İğdir'in ise, 2014-2015 dönemi haricinde her dönem gerileme eğiliminde olduğu, belirlenmektedir. Kurum tarafından, 2016 yılında yayınlanan rapordaki verileri de dâhil edecek şekilde bir değerlendirme yapılacak olursa; endekslemenin yapıldığı ilk dönem olan 2009-2010 döneminde Şanlıurfa'nın 70. sırada yer alırken 2016-2017 döneminde 76. sıraya gerilediği belirlenmektedir. Ayrıca 7 yıllık dönem içerisinde, son 10 ilin sıralamadaki konumlarının değişimi kısaca özetlenecek olduğunda; Van'ın 75. sıradan 74. sıraya, Bitlis'in 74. sıradan 72. sıraya, Hakkâri'nin 81. sıradan 80. sıraya, Şırnak'ın 80. sıradan 79. sıraya yükseldiği tespit edilmektedir. Burada en çok dikkat çeken, 7 yıllık dönemde 78. sıradan, 71'e yükselerek 7 sıra yukarıya konumlanan Siirt ve 79. sıradan 73. sıraya konumlanan Mardin olmaktadır (URAK, 2016: 33; URAK, 2019: 35).

Tablo. 16 2016-2017 Döneminin Rekabet Gücü En Düşük İlleri

| Sıra | İller | 2016-2017 Genel Endeks Değeri |
|------|-----------|-------------------------------|
| 72 | Bitlis | 8,72 |
| 73 | Mardin | 8,13 |
| 74 | Van | 7,96 |
| 75 | Batman | 7,77 |
| 76 | Şanlıurfa | 7,74 |
| 77 | İğdir | 6,97 |
| 78 | Muş | 6,89 |
| 79 | Şırnak | 6,59 |
| 80 | Hakkâri | 6,01 |
| 81 | Ağrı | 5,35 |

Kaynak: URAK, 2019: 30.

Son 10 ilin puanları incelendiğinde ise; daha önce ifade edilen rekabet edebilirlik güçleri arasındaki farkın derinleştiği tespit edilmektedir. Buna göre, ülkenin en rekabetçi ili olan İstanbul ile rekabet gücü en düşük ili

olan Ağrı arasında, yaklaşık 64 puanlık bir fark, olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum ülkedeki gelişmişlik farkının da âdeta göstergesi niteliğini taşımaktadır.

Yine Tablo.14 doğrultusunda genel bir değerlendirme yapılacak olduğunda; 5 yıllık dönem içerisinde birçok ilin olumlu veya olumsuz anlamda dinamik bir yapıya sahip olduğu belirlenmektedir. Bu çerçevede, 5 sıra ve üstü değişiklik yaşayan illerden bahsetmek yeterli görülmektedir. Buna uygun olacak biçimde inceleme yapıldığında; Bolu, Aydın, Düzce ve Uşak'ın rekabetçilikte 8 sıra birden ilerleyen iller olarak karşımıza çıktığı, bu illeri 7 sıra ilerleyen Amasya ve Afyonkarahisar'ın takip ettiği belirlenmektedir. Muğla, Zonguldak ve Kilis ise 2012-2013 döneminden bu yana 5'er sıra ilerleyen iller, olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu illerin rekabet güçlerinin yıllar itibariyle önemli artış gösterdiğini, söylemek mümkün olabilmektedir. Sıralamadaki konumlarını olumsuz yönde değiştiren iller incelendiğinde ise; en önemli düşüşün 11 sıra birden gerileyen Kastamonu ve Elazığ'da yaşandığı tespit edilmektedir. Bu illeri; 9 sıra gerileyen Ordu ile 7 sıra birden gerileyen Gümüşhane, Sivas, Ardahan illeri takip etmektedir. Artvin'in 6, Çanakkale, Samsun ve Tunceli'nin ise 5 yıllık dönemde 5'er sıra gerilediği belirlenmektedir.

URAK tarafından gerçekleştirilen ilk endeksleme çalışmasının yapıldığı, 2009-2010 döneminden itibaren bazı illerin sırasının sabit kaldığı, bazı illerin konumunun birkaç sıra değiştiği, bazı illerde ise önemli değişiklikler yaşandığı görülmektedir. Buna göre; 81 il içerisinde, 2009-2017 arasındaki dönem içerisinde, rekabet gücü sıralamasında en büyük değişikliğin 35 sıra ilerleyerek 57. sıradan 22. sıraya yükselen Kırşehir'de yaşandığı, Tunceli'nin 28 sıra yükselerek, 61. sıradan 33. sıraya yerleştiği belirlenmektedir. Bu illeri 25 sıra yükselen Kırıkkale, 21 sıra yükselen Karabük ve 18 sıra yükselerek, ilk 10'a girmeyi başaran Yalova, izlemektedir (URAK, 2016: 33; URAK, 2019: 35).

Sıralamadaki yerlerini, gerileme yönünde, değiştiren iller incelendiğinde ise; en önemli değişikliklerin 2009 yılında 37. sırada iken, 2017'de 63. sıraya yerleşen yani 26 sıra birden gerileyen Gümüşhane ile başladığı görülmektedir. Bu ili, 7'den 29. sıraya yerleşerek 22 sıra gerileyen Manisa, 51'den 31. sıraya yerleşen Çorum, 16 sıra gerileyerek 52'den 36. sıraya yerleşen Karaman ile 15 sıra gerileyerek 62'den 47. sıraya yerleşen Ordu izlemektedir. Ayrıca Mersin ve Düzce'nin de 13'er sıra birden gerilediği belirlenmektedir (URAK, 2016: 33; URAK, 2019: 35). En stabil illerin ise, İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Kocaeli gibi zirvede yer alan illerden oluştuğu görülmektedir.

Büyükşehirler açısından bir değerlendirme yapılacak olduğunda ise; Türkiye'deki en rekabetçi 10 ilin neredeyse tamamının büyükşehirlerden oluştuğu belirlenmektedir. Ancak Şanlıurfa, Van, Mardin gibi istisnai olarak listenin sonlarında ya da Hatay, Erzurum gibi listenin ortasında yer alan büyükşehirlerin de olduğu, belirlenmektedir. Ancak genel itibariyle büyükşehirlerin rekabet güçlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye'nin büyükşehir belediyelerinin rekabet gücünün artmasında ise, insan sermayesinin önemli bir rol oynadığı ve özellikle en büyük üç ilde olmak üzere daha yenilikçi ve özgün mal ve hizmetlerin üretilmesini sağladığı (Dünya Bankası ve TEPAV, 2015: 5) düşünülmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki, belirlenen değişkenler kapsamında Antalya, Adana, Manisa, Mersin ve Samsun'un yıllar itibariyle rekabet güçlerinde bir azalma yaşandığı dikkat çeken bir başka noktadır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Ekonomi, siyaset, spor gibi her alanda mevcut ilişkileri etkileyen rekabet kavramının, kişi ve kurumları amaçlarına ulaştırmak ve mevcut konumlarından daha ileriye taşımada, iç ve dış çevrede ilişkileri etkileme özelliği vardır. Bu kapsamda rekabet kavramının önemi her geçen gün artmaktadır. Özellikle sermaye hareketlerindeki artış, küresel pazarlarda söz sahibi olabilmek gibi uluslararası gelişmelerin yaşandığı günümüz toplumunda, sadece kişi ve kurumların değil, ülkelerin, bölgelerin, kentlerin ve bunlara bağlı yönetimlerin de rekabet içerisinde olduğu bilinmektedir. Bu rekabet halini bazı değişkenleri üzerinden, somut bir duruma dönüştürmek amacıyla birtakım endeksleme çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. Farklı değişkenler esas alınarak, çeşitli kişi veya kuruluşlar tarafından yürütülen bu çalışmaların rekabet gücünün belirlenmesinde beşeri sermaye, ekonomik gidişat, ürün ve hizmet kalitesi ve çeşitliliği başta olmak üzere çok sayıda unsuru göz önünde bulundurduğu söylenebilir. Söz konusu bu çalışmaların, farklı kapsamlarda hazırlandığını ve nadir çalışmaların güncelliğini koruyabildiğini de belirtmek gerekmektedir.

Geçerliliği bulunan çalışmalardan biri olan Küresel Rekabetçilik Raporu, WEF tarafından yıllık olarak yayınlanmaktadır. Ülkelerin kurumsal yapısından mali piyasanın etkinliğine, altyapı yatırımlarından sağlık ve eğitime kadar, çeşitli göstergeler etrafında şekillenen bu çalışmada yıllık olarak revizyona gidilmektedir. Dolayısıyla incelenen ülke sayısı ve endekslemede kullanılan bileşenlerin farklılık göstermesi, gündeme gelebilmektedir. Yeni metodoloji kullanılarak oluşturulan en güncel rapora göre; 2018 yılının en rekabetçi ülkesi 85.6 puan ile geçen yılın ikincisi olan ABD, rekabet gücü en düşük ülke ise 35.5 puanla Çad olarak tespit edilmektedir. 140 ülkenin dâhil edildiği raporda Türkiye ise, sahip olduğu 61.6 puan ile 61. sırada yerini

almaktadır. Raporun yayınlandığı ilk dönem olan 2012-2013 döneminden itibaren, ülkenin listedeki konumu incelendiğinde ise; 2017-2018 dönemi hariç, diğer tüm dönemlerde önceki yıllara göre, gerileme yaşandığı tespit edilmektedir. Alt göstergeler bazında bir değerlendirme yapılacak olursa; Türkiye'nin pazar büyüklüğü noktasında 13. sırada yer almasına karşın, makroekonomik istikrar konusunda ise 116. sırada konumlandığı görülmektedir. Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD) tarafından hazırlanan ve 63 ülkenin ele alındığı Dünya Rekabetçilik Yıllığı'na göre ise; 2018 yılında rekabet gücü en yüksek ülke yine ABD olurken, en düşük ülke Venezüella'dır. Türkiye ise, bu raporda 46. sırada yer almaktadır.

Rekabet gücünün sadece firma, bölge ve ülke bazında değerlendirilmesinin yetersiz kaldığı günümüzde, kentlerin rekabet edebilirliği daha önemli bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle küreselleşmenin beraberinde yerelleşmeyi getirmesine, yerel değerlerin ve potansiyellerin önem kazanmasına bağlı olarak, kentlerin gittikçe değerlendirildiği bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında, ülkeler için geliştirilen rekabet gücü araştırmalarının, kent özelinde de hayata geçirildiği görülmektedir. Dolayısıyla kent rekabetçiliği konusunda da yapılan çalışmalar hızla artmaktadır. Burada belirtmek gerekir ki, kentlerin rekabet edebilir olmasındaki temel ölçüt, ekonomik güç, yatırımlar, kentteki bireylerin yaşam kaliteleri gibi kriterlere göre, belirlenmektedir. Dolayısıyla çalışmalarda; hem ekonomik büyüme hem de kalkınma ölçütleri, esas alınmaktadır. Bu çalışmalardan en güncel ve kapsamlılarından biri olan ve UN-HABITAT tarafından hazırlanan çalışmaya göre; 2017 yılında dünyanın en rekabetçi kenti New York iken, rekabet gücü en düşük olan kent Panama City olmuştur. Türkiye'nin en rekabetçi kenti olan İstanbul ise, listedeki 200 kent arasında 33. sırada yer almaktadır.

Dünyadaki gelişme ve değişimlerin hızını yakalamaya çalışan Türkiye'de de, kentler arası rekabet popülaritesi artan bir konu olduğu için, kamu sektörü, özel sektör, STK'lar ve akademisyenlerin bu alanda birtakım çalışmalara imza attığı görülmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki, ülkede yapılan bu çalışmaların sürekliliği noktasında, birtakım aksaklıklar yaşandığı, bazı çalışmaların güncellenmediği, güncellenip sürekliliği sağlanmaya çalışılanların ise, verilerin geç yayınlanmasından dolayı mevcut hali, net yansıtamadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada yapılan değerlendirmeler, söz konusu kısıtlılık içerisinde gerçekleştirilmektedir. Ayrıca çalışmalarda kentten ziyade şehir veya il terimlerinin kullanıldığı, çünkü konuya daha geniş bir perspektiften bakıldığı, belirlenmektedir. Bu kapsamda Kalkınma Bakanlığı (SEGE 2011), EDAM ve URAK tarafından yapılan çalışmalarda, Türkiye'deki en rekabetçi kentlerin sırasıyla; İstanbul, Ankara ve İzmir'den oluştuğu görülmektedir. Rekabet gücü düşük kentler ise, çalışmalara göre farklılık göstermekle birlikte genellikle; Şırnak, Muş, Siirt, Şanlıurfa gibi Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne ait kentlerden oluşmaktadır. Bu noktada tüm çalışmalar incelendiğinde ve özellikle Tablo.14'teki beş yılı içeren veriler esas alındığında; ülkedeki mevcut bölgelerarası eşitsizlik sorununun kentlere yayıldığı ve aynı bölge içerisinde yer almasına rağmen bazı kentlerin rekabet gücünün çok yüksek, bazılarının ise oldukça düşük olduğu dikkat çekmektedir. Ancak Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'ndeki illerin, ülkenin diğer illerine göre daha dezavantajlı durumda olduğu yadsınamaz bir gerçeklik olarak, karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca büyükşehir belediyesi olan yerlerin, rekabet edebilirlik kapasitelerinin daha yüksek olduğu, bu durumun ise kentlere yapılan yatırımların artması, istihdam edilen bireylerin niteliklerinde iyileşmeler yaşanması, eğitim düzeyinin daha yüksek olması, hizmet sektörünün daha yüksek standartlarda bulunması gibi birçok nedenle açıklanabilmektedir. Ancak bu durumun tüm büyükşehirler için geçerli olmadığını belirtmek gerekir. Örneğin, yeni büyükşehir olan Tekirdağ rekabet gücü en yüksek yerler arasında sayılırken, 1993 yılında büyükşehir olan Erzurum ve Diyarbakır ortalamanın altında, bir seyir izlemekte, yeni büyükşehir olan Şanlıurfa, Van ve Mardin ise rekabet gücü en düşük kentler arasında yer almaktadır.

Bölgesel açıdan bir değerlendirme yapılacak olduğunda ise; aynı bölgede yer alan, birbirine yakın iki büyükşehirden, Samsun'un 23., Ordu'nun 62. sırada yer alması dikkat çekmektedir. İl belediyesi düzeyinde bulunan Kırşehir'in 22., Niğde'nin 55. sırada bulunması, Erzincan'ın 39., Ağrı'nın 81. sırada yer alması ve Manisa'nın 29. sırada yer alırken Afyonkarahisar'ın 50. sırada yer alması gibi birçok örnek ise kentler arasındaki eşitsizliğin derinleştiğinin bir göstergesi olmaktadır. Burada dikkat çeken nokta, merkezde belli bir kalkınma ivmesi yakalayan ilin bu kalkınmayı çevresindeki illere yansıtamaması ve sonucunda metropoliten bölgeleşmeyi⁴ oluşturamaması hususudur. Kentler arası eşitsizlik, bölgesel kalkınma farklılıklarını ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte belli bir kalkınma ivmesi yakalamış kentlerin, nüfusu göçle sürekli artış gösterirken ilerleyen dönemlerde bu kentlerde büyük kente ilişkin sorunlar yaşanması muhtemeldir. Bir diğer ortaya çıkması muhtemel sorun ise, sürekli göç veren kentlerin az gelişmişlik kısır döngüsü içine

⁴ Metropoliten bölgeleşme, şehirleşme oluşumunun ileri ve özel bir hali olarak nitelendirilmektedir. Merkezdeki kent içine aldığı çeşitli büyüklüklerdeki ve uzaklıklardaki yerleşmelere çeşitli fonksiyonlar; sanayi, tarım, toptancılık vs. yerleştirirken, merkezde de kendine has başka fonksiyonlar, başka nitelikte işgücü yerleştirmektedir (Bal, 2015: 101).

hapsolmalarıdır. Sonuç olarak her iki oluşumun da toplumsal maliyetleri oldukça yüksek seviyelerde olması kaçınılmaz görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acet, Hakan, Güvenek, Burcu ve Soydal, Haldun (2014). “Güvenirlilik İhtiyacı ve Devletin Regülasyonu”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi 9(1-2), 501-520.
- Aktan, Coşkun Can (Ed.), (2002). Yoksullukla Mücadele Stratejileri, Ankara: Hak-İş Konfederasyonu Yayını, 2002; <http://www.canaktan.org/ekonomi/yoksulluk/ucuncu-bol/dpt-illerin.pdf>, erişim tarihi 10.08.2018.
- Albayrak, Ayşe Nur ve Erkut, Gülden (2010). Türkiye’de Bölgesel Rekabet Gücü Analizi, MEGARON 2010, 5 (3):137-148; http://www.journalagent.com/megaron/pdfs/MEGARON_5_3_137_148.pdf, erişim tarihi 31.01.2019.
- Ataç, Osman Ata (2017). “Geçim Ekonomisi Teşvikleri: Rekabet Gücü” 29 Kasım 2017; <https://www.dunya.com/kose-yazisi/gecim-ekonomisi-tesvikleri-rekabet-gucu/392449>, erişim tarihi 30.01.2019.
- Aydemir, Zeynep Canan (2002). “Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kapsamında İllerin Kaynak Kullanım Görece Verimlilikleri: Veri Zarflama Analizi Uygulaması”, (DPT Uzmanlık Tezi), Ankara; http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Bolgesel_Rekabet_Edebilirlik_Kapsaminda_Illerin_Kaynak_Kullan%C4%B1m_Gorece_Verimlilikleri_Veri_Zarflama_Analizi_Uygulaması.pdf, erişim tarihi 08.08.2018.
- Bal, Hüseyin (2015). Kent Sosyolojisi, Bursa: Sentez Yayın ve Dağıtım.
- Barca, Mehmet, Coşkun, Recai ve Altunışık, Remzi (2002). “Explaining Performance Differences Among Turkish Cities: A Tale Of Five Cities”; https://www.researchgate.net/publication/267238441_EXPLAINING_PERFORMANCE_DIFFERENCES_AMONG_TURKISH_CITIES_A_TALE_OF_FIVE_CITIES, erişim tarihi 08.08.2018.
- Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Programı (UN-HABITAT) (2018). The Global Urban Competitiveness Report 2017-2018 (Shortversion); <https://unhabitat.org/wp-content/uploads/2017/11/GUCR2017-2018-Short-Version.pdf>, erişim tarihi 23.07.2018
- Çivi, Emin, Erol, İbrahim, İnanlı Turgay, Erol Demiray Ece, (2008). “Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Bahar 2008, Cilt:4, Yıl:4, Sayı:1, 4:1-22; <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/69120>, erişim tarihi 15.07.2018.
- Dilek, Pelin Yenigün (2016). Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi, TÜRKONFED ve EDAM, İstanbul, <http://www.turkonfed.org/Files/ContentFile/turkiye-icin-bir-rekabet-endeksi-raporu.pdf>, erişim tarihi 09.08.2018
- Dinçer, Bülent (1996). İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, <http://C:/Users/Home/Downloads/1.pdf>, erişim tarihi 13.05.2019.
- Dinçer, Bülent, Özasan, Metin, Kavasoğlu, Taner (2003). “İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması”, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Yayın No: DPT: 2671. Ankara, Mayıs, 2003; <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yaynlar/Attachments/341/2003-05.pdf>, erişim tarihi 08.08.2018.
- Dinler, Zeynel (2014). Bölgesel İktisat, Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Döven, Musa Said, (2013). “Şehir Rekabetçiliğinin Ölçümü: Literatür İncelemesi”, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. I, 189-213.
- Dünya Bankası ve TEPAV (2015). Anadolu Kaplanları’nın Yükselişi –Türkiye Şehirleşme İncelemesi, Rapor No. 87180-TR; http://www.tepav.org.tr/upload/files/1436876008-8.Anadolu_Kaplanlarinin_Yukselisi__Turkiye_Sehirlesme_Incelemesi.pdf, erişim tarihi 09.08.2018.
- Dünya Ekonomik Forumu (WEF), (2017a); “Methodology and Computation of the Global Competitiveness Index 2017–2018; <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/04Backmatter/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018AppendixA.pdf>, erişim tarihi 06.07.2018.
- Dünya Ekonomik Forumu (WEF), (2017b); The Global Competitiveness Report 2017–2018; <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>, erişim tarihi 07.07.2018
- Dünya Ekonomik Forumu (WEF), (2017c); 2016 The Global Competitiveness Index 2017-2018 edition/Turkey; http://reports.weforum.org/pdf/gci-2017-2018/WEF_GCI_2017_2018_Profile_TUR.pdf, erişim tarihi 08.08.2018.
- Dünya Ekonomik Forumu (WEF), (2018a); The Global The Global Competitiveness Report- Index 4.0; <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>, erişim tarihi 09.05.2019.
- Dünya Ekonomik Forumu (WEF), (2018b); http://reports.weforum.org/pdf/gci4-2018/WEF_GCI4_2018_Profile_TUR.pdf erişim tarihi 08.05.2019.
- Eroğlu, Osman & Yalçın, Azmi (2014). “Yeni Bir Rekabet Formu Olan Kent Rekabetçiliğine Yönelik Literatür Taraması”, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(1), 19-42, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/382286>, erişim tarihi 14.05.2019.
- Henderson, Vernon, Mitra, Arindam (1996). “The New Urban Landscape: Developers and Edge Cities”, Regional Science and Urban Economics 26 (1996), 613-643. https://tr.wikipedia.org/wiki/Hong_Kong, erişim tarihi 01.08.2018. <https://www.finance.senate.gov/imo/media/doc/HRG99-75.pdf>, 10.06.2018

- IMD (2018). World Competitiveness Rankings, 2018; <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2018/>, erişim tarihi 03.05.2019
- Kalkınma Bakanlığı (2013). İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (SEGE 2011). Ankara.
- Karakılçık, Yusuf (2014). Yeni Bölgeselleşme Politikaları ve Türkiye'de Bölge Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Keleş, Ruşen (2014). Kentleşme Politikası, Ankara: İMGE Kitabevi.
- Keleş, Ruşen (2015). Kent, Kentsel Siyaset ve Çevre Yazıları, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Kitson, Michael, Martin, Ron, Tyler, Peter (2004). "Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept?". Regional Studies. 38(9): 991-999; <https://michaelkitson.files.wordpress.com/2013/02/kitson-marrtin-tyler-rs-2004.pdf>, erişim tarihi 31.01.2018.
- Koç, Murat, Özbozkurt, Onur Başar (2014). "Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme", İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, Cilt 2, Sayı 3, ss.85-91 ISSN:2147-804X.
- Kumral, Neşe (2008). "Bölgesel Rekabet Gücünü Artırmaya Yönelik Politikalar", Working Paper No: 08/02, February 2008 Department of Economics Ege University; https://www.researchgate.net/profile/Nese_Kumral/publication/5012185_Bolgesel_Rekabet_Gucunu_Artirmaya_Yonelik_Politikalar/links/5509c2ef0cf26198a639bbf0.pdf, erişim tarihi 31.01.2018.
- Lember, Veiko, Kalvet, Tarmo, Kattel, Rainer (2011). "Urban Competitiveness and Public Procurement for Innovation, Urban Studies 48(7), 1373-1395.
- Özer, Mehmet Akif (2005). Yeni Kamu Yönetimi, Ankara: Platin Yayınları.
- Öztürk, Nazım, Uzun, Meral (2010). "Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Bölgesel Dengesizliklerin Ortaya Çıkmasında Rol Oynayan İktisadi Etmenler", Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 11, Sayı:2, 91-110.
- Parlak, Bekir (2011). Kamu Yönetimi Sözlüğü, MKM Yayıncılık, Bursa.
- Porter, Michael E. (1995). The Competitive Advantage of The Inner City, <https://hbr.org/1995/05/the-competitive-advantage-of-the-inner-city>, erişim tarihi 13.05.2019.
- Rekabet Derneği (2018). "Rekabet Hakkında" <http://www.rekabetdernegi.org/rekabethakkinda.htm>, erişim tarihi 30.09.2018.
- Sağır Mehmet, Türkeri, İlker, (2015). "Turizm İşletmelerinde Stratejik Boyutları ile Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Örnek İncelemeler", Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 2, S. 22, 283-314; <https://dergipark.org.tr/download/article-file/215022>, erişim tarihi: 05.05.2019
- Sağır, Mehmet (2016). "Sürdürülebilir Turizmde Rekabet Stratejileri", Turizm Paradigmaları, (Edt: Akgöz Erkan), Detay Yayıncılık, 1. Basım, Ankara, 233-257.
- Sağır, Mehmet ve Göktaş, Levent Selman, (2018). "Rekabet İlişkisi İçerisinde Turizm Uygulamaları", İnsan, Toplum ve Spor Bilimleri Araştırmaları Örnekleri, (Edt. Yamaner Faruk ve Eyuboğlu Ender), Nobel Yayın, 1. Basım, Ankara, 25-47.
- Suner, Asuman (1997). "Hong Kong: Sömürgecilik Tarihinde Bir Sayfa Kapanırken"; <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/2815/hong-kong-somurgecilik-tarihinde-bir-sayfa-kapanirken#.W2HDF9Izbs1>, erişim tarihi 01.08.2018.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2018). "Rekabet"; http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5cd83889bc47c6.95863868, erişim tarihi 15.04.2018
- Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) (2016). İllerarası Rekabetçilik Endeksi (2013-2014); <https://drive.google.com/file/d/0BzSH5QdrnBmDdVZSQ2xTbmJCbU0/view>, erişim tarihi: 15.12.2018
- Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) (2019). İllerarası Rekabetçilik Endeksi (2018); http://www.urak.org/wp-content/uploads/2019/05/URAK_%C4%B0RE_2018-2.pdf, erişim tarihi: 27.05.2019.

2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ve Engelliler: Güçlendirme Kavramı Çerçevesinde Bir Değerlendirme

*The 2030 Agenda for Sustainable Development and People with Disabilities: An
Evaluation within the frame of Concept of Empowerment*

Şerafettin ERTEN *

ÖZ

Bu gün dünya genelinde bir milyardan fazla engelli bireyin bulunduğu tahmin edilmektedir. Engellilik yakın döneme kadar kişiye özel bir eksiklik, onarılması gereken tıbbi bir bozukluk olarak görülmüştür. Ancak günümüzde engelliliğin toplumsal etkenlerden kaynaklanan bir kısıtlılık hali olduğu kabul edilmektedir. Sosyal model olarak adlandırılan bu yaklaşım, engelliliği hak temelli bir anlayışla ele almaktadır. Bu bağlamda engellilerin yüzleştiği sorunların asıl nedenin temel insani hakların kullanılmaması olduğu kabul edilmektedir. Dolayısıyla güçlendirme kavramına büyük önem atfedilmektedir. Bu yaklaşımın önemli özelliklerinden birisi de engellilerin kalkınmanın bir parçası olarak ele alınmasıdır. Günümüzde kalkınmanın bir süreç olduğu ve bu sürecin içerisinde sosyal, siyasal, kültürel, ekolojik vb. çok sayıda boyut bulunduğu kabul edilmektedir. İlk kez 1968 yılında Roma Kulübü tarafından dile getirilen bu görüş, Birleşmiş Milletlerce de kabul edilmiş ve özellikle 80'lerden sonra küresel ölçekte bir farkındalık yaratma çabası başlatılmıştır. Bu bağlamda atılan en son adım 2015 yılında kabul edilen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri olmuştur. Hazırlanan belgede 2030 yılına kadar gerçekleştirilmesi planlanan, açlık ve yoksulluğu sona erdirmek, eşitsizlik ve adaletsizlikle mücadele, sağlıklı yaşamın güvenceye alınması gibi on yedi hedef belirlenmiştir. Bu on yedi hedeften beşinde engellilere özellikle atıfta bulunmaktadır. Bu çalışmada engellilerin güçlendirilmesi bağlamında, bu beş hedef değerlendirilmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri içerisinde engellilere yapılan vurgu değerli bir kazanımdır. Ancak bu kazanımın somut politikalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu noktada politika yapıcılara büyük sorumluluk düşmektedir.

ANAHTAR KELİMELELER

Engellilik, Güçlendirme, Sürdürülebilir Kalkınma, Engelli Politikaları

ABSTRACT

Today, it is estimated that there are more than one billion people with disabilities around the world. Until recently, disability has been seen as a personal deficiency and a medical disorder that needs to be repaired. But, today, it is accepted that disability is a situation of limitation caused by social factors. This approach, called the social model, handle the disability with a rights-based understanding. In this context, the non-exercise of basic human rights is acknowledged as the main cause of primary problems of faced people with disability. Therefore, great importance is attributed to the concept of empowerment. One of the important features of this approach is that disabled people are handled as a part of development. Today it is accepted that development is a process and there are a large number of dimensions in this process like social, political, cultural, ecologic and so on. This opinion, first expressed by the Club of Rome in 1968, was accepted by the United Nations also and especially after the 80s, an effort was started to create awareness on a global scale. The last step taken in this context was the Sustainable Development Goals accepted in 2015. In this document, seventeen goals which are planned to be realized by 2030, such as ending hunger and poverty, struggling inequality and injustice, and securing healthy living have been determined. In the five of these seventeen goals, specifically has been referred to people with disabilities. In this study, these five objectives were evaluated in the context of empowerment of people with disabilities. The emphasis on disabled people within the Sustainable Development Goals is a valuable achievement. However, this achievement needs to be supported by concrete policies. At this point, policy makers have great responsibility.

KEYWORDS

Disability, Empowerment, Sustainable Development, Disability Policies

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 19.09.2019 | 26.11.2019 |
| <i>Atf</i> | Erten Ş.. (2019). 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ve Engelliler: Güçlendirme Kavramı Çerçevesinde Bir Değerlendirme. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 890-902. |

* Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, serafettin.erten@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0297-0580,

GİRİŞ

Günümüzde engellilik kavramı, sosyal ideallerin, kurumsal yapıların ve ulusal ve uluslararası politikaların karmaşık ilişkilerinin ortasında yer alan bir olgudur. İş göremezlik, dezavantaj, eksiklik, normal başarıyı kısıtlayan fiziksel veya zihinsel bir bozulma, engelleyen veya diskalifiye eden bir şey vb. tüm bunlar engellilik için kullanılan karşılıklardır, ancak bunlardan daha da önemlisi engelliliğin her şeyden önce bir kimlik işareti olarak anlaşılmasıdır (Linton, 2006: 162).

Bu algının iki önemli sonucu bulunmaktadır. Birincisi bu işareti taşıyan insanlar ayrı bir grup olarak kategorize edilmekte ve bu da onların toplumda, ekonomide, kültürde ve politikada marjinalleşmelerine neden olmaktadır. İkincisi ise sosyal ilişkiler ve yapılarıdaki çeşitlilik içerisinde engelliler büyük bir azınlık grubu haline gelmektedir. Gerçekten de günümüzde engelliler küresel ve ulusal ölçekte büyük bir azınlık grubu olarak kabul edilmektedir (Gadacz, 1994; Davis, 2006; Thomas, 2008; Goodley, 2011; Muyinda ve Whyte, 2011).

Engelliler geçmişte olduğu gibi bu gün de yoksulluk, dışlanma, ayrımcılık gibi çok çeşitli sorunlarla yüzleşmek zorundadır. Mevcut sorunlara yönelik politika oluşturma konusundaki yaklaşımımızı ve içeriğini belirleyen ise engellilik anlayışımızdır (Drake, 1999: 13). Günümüzde engelliliğin sosyal bir yapı olduğu ve konuya haklar temelinde yaklaşılması gerektiği kabul edilmektedir. Bu bağlamda özgürleştirme, kendini gerçekleştirme, bağımsız yaşam, fırsat eşitliği gibi bir takım ilkeler önem kazanmıştır. Bunların başında da güçlendirme gelmektedir. Güçlendirme, yaşadıkları ayrımcılık deneyimlerine bağlı olarak, engellilerin bireysel ve kolektif hedeflere ulaşabilmeleri için çeşitlendirilmiş destek sistemleri, eylem stratejileri ve politikalarla temel haklarını kullanabilir hale getirilmesidir (Gadacz, 1994: 161).

Kavram, sadece engelliler için değil, aynı zamanda toplumdaki diğer dezavantajlı gruplar için de kullanılmakta ve bu grupların güçlendirilmesi de teşvik edilmektedir. Ancak engelliler için kavram çok daha farklı bir boyuta sahiptir ve çok daha fazla önem arz etmektedir (UN Department of Economic and Social Affairs, 2019c):

- Dünyada bir milyardan fazla kişi bir engellilik durumu ile yaşamaktadır. Bir başka ifade ile her yedi kişiden birisi engellidir.
- Bu engelli nüfusun % 80'i az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde yaşamaktadır.
- Temel eğitimi tamamlayabilen engelli oranı gelişmekte olan ülkelerde % 30, gelişmiş olan ülkelerde % 50'ler civarındadır.
- Sağlık hizmetlerinden yararlanamayan engellilerin oranı % 60'ları bulmaktadır.
- İstihdama katılamayan engelli oranı % 70'ler civarındadır.
- Dünyadaki yoksul nüfus içerisinde en yoksulların önemli bir bölümü yine engellilerdir.

Örnekler göstermektedir ki engelli olmak toplumdaki diğer bireylerden farklı olarak daha fazla ve daha büyük sorunlarla uğraşmak demektir. Engelliler tüm toplumda başta ekonomik olmak üzere, üretilen sosyal, siyasal ve kültürel zenginlikten en az pay alan kesimdir.

Günümüzde bu zenginlik, ekonomik büyüklük yanında temel hak ve özgürlüklerin korunması, hukukun işletilmesi, çevreye duyarlılık, sosyal adaletin sağlanması, kültürel farklılıkların yaşatılması, paylaşım biçimi gibi birçok unsurdan oluşan sürdürülebilir kalkınma kavramı ile açıklanmaktadır. Dolayısıyla kalkınmanın faydalarından büyük ölçüde dışlanmış olan engellilerin yeniden bu sürecin içinde yer alabilmeleri için güçlendirilmeleri gerekmektedir (Swartz ve MacLachlan, 2009: 4).

Birleşmiş Milletler (BM), 80'li yıllardan bu tarafa küresel çapta bir sürdürülebilir kalkınma gündemi ve stratejisi oluşturmaya çalışmaktadır. Yakın döneme kadar engelliler bu gündemin dolaylı bir parçası olarak görülmüştür. Ancak 2015 yılında ilan edilen "Dünyayı Dönüştürmek: Sürdürülebilir Kalkınma İçin 2030 Gündemi" adlı stratejide doğrudan engellilere de yer verilmiştir. Belgede yer alan 17 hedeften 5'inde özellikle engellilere vurgu yapılmıştır. Bu vurgunun bir göstergesi olarak 2018 yılı Dünya Engelliler Günü teması da "Engelli bireylerin güçlendirilmesi ve kapsayıcılığın ve eşitliğin sağlanması" olarak belirlenmiştir (UN Department of Economic and Social Affairs, 2018).

Çalışmanın amacı da engelliler için son derece önemli bir kavram olan güçlendirme bağlamında engellilerle ilişkilendirilen sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin değerlendirilmesidir. Çalışmada öncelikle engelliliğin günümüzde nasıl algılandığı açıklanmış; ardından güçlendirme kavramı ve engelliler için önemi ele alınmış ve devamında engellilere vurgu yapılan sürdürülebilir kalkınma hedefleri, güçlendirme kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Son bölümde ise sürdürülebilir kalkınmanın bir parçası olarak engellilerin güçlendirilmesi ile ilgili tespitlere ve önerilere yer verilmiştir.

Engellilik alanına ilişkin Türkçe literatür taramasında doğrudan güçlendirme kavramını ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Sürdürülebilir kalkınma ve engellilik ilişkisi ile ilgili tek çalışma ise 2016 yılında Tekeli tarafından yapılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın ilgili literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

1. Engelliliği Anlamak

Günümüz engelli çalışmaları incelendiğinde -medikal perspektif bir tarafa bırakılırsa- engelliliğin tanımlanmasından daha çok engelliliğin anlaşılması yönünde bir çaba olduğu görülmektedir. Bununla birlikte sosyal bir olgu olarak engelliliği kavrayabilmemiz için mutlaka bir tanıma ihtiyacımız bulunmaktadır. Bu bağlamda engellilik çalışmalarına yön veren iki ana eğilimden örnek vermek yerinde olacaktır. Medikal bir yaklaşımla engellilik, “doğuştan var olan ya da sonradan ortaya çıkan bir takım fiziksel, zihinsel, duysal ve ruhsal kayıplar nedeniyle, bireyin yeteneklerinde ve iş yapabilme gücündeki sınırlılık ya da noksanlık halidir (WHO, 1993: 14; Burcu, 2007: 7)”. Konuya sosyolojik açıdan yaklaşanlara göre ise engellilik, “toplumsal organizasyonların bireyleri engellilikleri nedeniyle ya yeterince ya da hiç dikkate almamaları sonucu ortaya çıkan ve onları toplumsal ilişki ve faaliyetlerin dışında bırakan bir dezavantaj veya kısıtlılık halidir (Drake, 1999: 13; Barnes ve Mercer, 2003: 11)”.

Literatürde çok çeşitli ve sayıda tanım bulmak mümkündür. Ancak, hangi açıdan ele alınırsa alınsın -medikal ya da sosyal-, karşımıza bir temel ortak nokta çıkmaktadır: Engellilik bir dezavantajlılık ve kısıtlılık halidir. Engelliler açısından bu durum ve yarattığı olumsuz sonuçlar geçmişten günümüze değişmiş değildir. Tedavi için kurumlara kapatılmak, bilimsel deneylerde kullanılmak, toplumdan dışlanmak, bozuk bir makine gibi onarılmaya çalışılmak, hor görülmek uğradıkları kötü muamelelerden sadece birkaçıdır. Dolayısıyla bunlar ve benzeri nedenlerden ötürü engelliler tarihi süreç içerisinde, tüm toplumlarda daima ezilen ve baskı altında tutulan azınlık gruplardan birisi olmuştur (Davis, 2006: xv).

Engellilerin maruz kaldıkları kötü muamele ve sorunları değişmemekle birlikte, engelliliğe yönelik bakış açısı ve algının bu süreç içerisinde değiştiği görülmektedir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısı bu bakımdan bir dönüm noktası olmuştur. Daha önceki dönemlerde engellilik bireyi ilgilendiren ve ona özgü ilahi bir ceza, ahlaki bir yozlaşmışlığın sonucu, bir trajedi, biyolojik, fizyolojik veya ruhsal bir kusur ya da anormallik olarak değerlendirilirken; 1960'lı yıllarla birlikte başlayan engellilik hareketleri sosyal baskıya, kültürel söylemlere ve çevresel kısıtlamalara dikkat çekmiştir (Shakespeare, 2006; Ghosh, 2012).

Engelli hareketleriyle birlikte gelişen yeni algı yoğun bir ilgi ve talep görmüştür. Çünkü engellilik alanında uzun bir süre geçerliliğini koruyan medikal yaklaşım, engelli bireyler ile toplumdaki diğer bireyler arasında bir ast-üst ilişkisi kurmuştur. Burada üstten kasıt engelli bireyler üzerinde otorite ve güç sahibi olan herkeştir. Bu ilişki empoze edilen tanımlamalar, çevrenin kontrolü ve engellilerin ihtiyaçlarına uygun görülen tedavi türlerinin, hizmetlerin, olanakların ve programların tek taraflı olarak belirlenmesi ile kendini göstermiştir (Gadacz, 1994: 5). Sonuç olarak ortaya konulan uygulama ve değişiklikler, engellilerin sorunlarına çözüm bulma ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak sosyal ve fiziksel dokunun değiştirilmesinden ziyade, mevcut sosyal normları ve kurgulanmış çevreyi bozmayacak şekilde gerçekleşmiştir (Drake, 1999: 10).

Oysa engelliler de toplumdaki her birey gibi bir “işlev görmek” istemektedir. Bunun anlamı kendilerini tanımak, engelleri ile yaşamayı öğrenmek, yapabileceklerini kabul etmek ve ellerinden geldiğince bunu sürdürmektir. Talepleri, tüm bunları yardıma bağımlı oldukları insanların egemenliğini hissetmeden ve dışlanma ve utanma duygusu olmadan yerine getirebilmektir (Siebers, 2006: 179). Engelli hareketleri de bu talepler doğrultusunda, baskı ve dışlanmaya bir meydan okuma ve aşırı bireysel ve tıbbi anlayışa bir başkaldırı olarak başlamıştır (Shakespeare, 2006: 197).

Bu başkaldırının en somut adımı, engelli aktivistler tarafından kurulan Ayrımcılığa Karşı Fiziksel Engelliler Birliği (Union of The Physically Impaired Against Segregation-UPIAS) adlı örgütün 1976 yılında yayımladığı “Engelliliğin Temel İlkeleri” adlı bildiri ile atılmıştır. UPIAS bildiride engelliliğin biyolojik ve sosyal alanları arasındaki farkı ortaya koyarak, sosyo-politik bir engellilik yaklaşımını benimsemiştir. Buna göre engelliler sosyal açıdan baskı altına alınmış bir gruptur. Bu baskı onların fiziksel sakatlıklarından dolayı değil, toplumsal etkenlerden kaynaklanan bir dezavantajlılık durumundan ileri gelmektedir. Bu kabul ile örgüt engelliliğin sosyal modelinin temelini atmıştır (UPIAS, 1976: 3; Barnes, 2012: 13).

Sosyal modelin merkezinde engellilik deneyimi yer almaktadır. Bu deneyim aile ortamı, gelir ve maddi destek, eğitim, istihdam, barınma, ulaşım, kurgulanmış çevre gibi çok çeşitli sosyal ve maddi unsur ve koşulu kapsamaktadır (Barnes ve Mercer, 2006: 37). Tüm bedenler toplumsal olarak inşa edilmiştir ve bu inşada sosyal tutum ve kurumların etkisi beden biyolojik gerçekliğinden daha baskındır (Siebers, 2006: 173). Dolayısıyla toplumun değerleri, normları, örgütlenme şekli, mimarisi, yasaları ve kurumları gibi yapılar ve bunların etkisi engelliliğin ortaya çıkmasında baş aktörlerdir. (Drake, 1999: 13).

Engelliliğin sosyo-politik bir kategori olarak tanımlanması, doğal olarak ortak ve farklı koşul ve deneyime sahip yeni bir toplumsal grubu da kabul etmek demektir (Linton, 2006: 163). Bu grup toplumun eşit ve bağımsız fertleri olarak, diğer bireyler gibi kendi kararlarını alabilme, benzer risklere girebilme, aynı saygıyı görebilme ve bağımsız ve kaliteli bir yaşam sürebilme talebinde bulunmaktadır (Brisenden, 1986: 177). Güçlenerek artan bu talepler sosyal modele yeni bir perspektif kazandırmış ve 80'li yıllardan itibaren engellilik bir temel hak ve özgürlükler konusu olarak ele alınmaya başlanmıştır (Bagenstos, 2009: 20).

Hak temelli yaklaşımın temel savı şudur: Engelliler, temel insani haklardan yararlanamadıkları için toplumun diğer bireylerinden daha düşük bir yaşam kalitesine katlanmaktadır. İnsan haklarının, evrensel ve herkes için geçerli olduğu prensibi göz önüne alındığında; engellilerin de diğer bireyler gibi bu haklardan sonuna kadar yararlanabilmesi gerekmektedir (Cooper, 2000: 59). Bu nedenle temel amaç, engellilerin toplum içerisinde bağımsız bir şekilde yaşamalarını ve kendilerini gerçekleştirebilmelerini sağlamak olmalıdır (Beaulaurier ve Taylor, 2007: 54). Ortaya konulan bu yeni yaklaşım çerçevesinde, birbirleri ile sıkı sıkıya bağlı olan güçlendirme, bağımsız yaşam, yaşam kalitesi, kendini gerçekleştirme gibi kavramlar önem kazanmıştır.

Engelliliğin insan hakları çerçevesinde ele alınması, kısa süre içerisinde engellilik alanının hâkim anlayışı haline gelmiştir. Bu bağlamda başta uluslararası alan olmak üzere, bu gün engellilere yönelik politikalar engellilerin fırsat eşitliği, bağımsız yaşam, sosyal refah, sosyal adalet, vatandaşlık, erişebilirlik, sosyal ve ekonomik dâhil olma gibi bir takım ilkeler çerçevesinde pasif-tüketici konumdan, aktif-üretici konuma geçmelerini, bir başka ifadeyle güçlendirilmelerini amaçlamaktadır.

2. Engelliler Açısından Güçlendirme Kavramının Anlamı

Az gelişmişlik, yoksulluk, ayrımcılık, erişememe ve bir de bunun üzerine toplumda engellilere yönelik olumsuz varsayım ve tutumlar eklendiğinde, engellilerin sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal vb. yapılardan dışlanmaları kaçınılmaz olmaktadır. Dışlanma doğal olarak marjinalleşme eğilimini de beraberinde getirmektedir (Shakespeare ve Watson, 2001: 553; Jaeger ve Bowman, 2005: 10; Goodley, 2011: 1).

60'lı yıllardan itibaren bu eğilim, engelli hareketlerinin ve savunuculuğunun beslendiği ana kaynaklarından birisi olmuş ve kimlik tabanlı bir siyasetin önünü açmıştır. Sosyal-yapısalcı bir temele dayanan kimlik siyaseti, engelli ayrımcılığını, ırkçılık, cinsiyetçilik vb. diğer toplumsal ayrımcılık durumları ile aynı görmüştür (Pfeiffer, 2007: 9). Buna paralel olarak engelliler bir kültürel azınlık kabul edilip, temel hak ve özgürlükleri elde etme hususunda dini cemaatler, etnik gruplar ve LGTB hareketleri gibi sosyal kimlik tabanlı grup ve hareketlerle birlikte ele alınmıştır (Lee, 2005: 90). Bu bağlamda güçlendirme kavramı diğer marjinal grup hareketlerinden devşirilerek engellilik hareketi ve çalışmalarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Siebers, 2006: 200). Özellikle sosyal model, engelliliği bir güçlendirme ve haklar sorunu olarak vurgulamada ve kamu ve siyasal desteği sağlamada uluslararası düzeyde güçlü bir etkiye neden olmuştur (Barnes, 2012: 18; Beresford, 2012: 162).

Güçlendirme engellilik dışında da farklı alanlarda ele alınıp, içi doldurulmaya çalışıldığından anlamı tam netleştirilememiş bir kavramdır, ancak temelde güç ve güçsüzlük arasındaki tartışmaların ortasında yer almaktadır (Fazil vd., 2004: 390). Güçlendirme öncelikle bir tür gücün yaratılması ve edinilmesi sürecine işaret etmektedir (Charlton, 2000: 123). Bu, insanların kendi yaşamları üzerinde kontrol kazanmalarına yardımcı olan çok boyutlu, sosyal bir süreçtir. Dolayısıyla en genel ifadeyle bireylerin kendi yaşamlarında, çevrelerinde ve toplumda, önem atfettikleri konularda faaliyette bulunabilmeleri için gücün geliştirilmesi olarak tanımlanabilir. Bu noktada vurgulanması gereken husus güçlendirmenin aynı zamanda uygulayabilme veya uygulamaya koyabilme kapasitesini işaret etmesidir (Page ve Czuba, 1999).

Güçlendirme, sosyal yapı ve insan unsuru arasındaki ilişkiler ile güç ve güçsüzlük arasındaki bağlantı çerçevesinde de farklı ele alınan bir kavramdır. Yapısalcı bakış açısına göre, güçsüzlük yapısal eşitsizliklerin bir sonucudur ve güçlendirme temel olarak bireylerin ve toplulukların tam potansiyellerini gerçekleştirmelerini kısıtlayan sosyal, ekonomik ve kurumsal engelleri ortadan kaldırmaya yönelik bir eylemdir. Buna karşılık, insan unsuru yaklaşımı, bireylerin bilinçli ve özerk davranma yeteneklerine odaklanmaktadır. Güçsüzlük, bireyin kişisel tercihini ya da kendini gerçekleştirmesini engelleyen bir benlik, bir yabancılaşmadır. Dolayısıyla güçlendirme bu benlik ve yabancılaşmanın ortadan kaldırılmasına odaklanmalıdır (Fazil vd., 2004: 390). Bu bakış açısıyla, güçlendirme verilen bir şey değil, insanların kendileri için yapması gereken bir şeydir. Buradaki önemli nokta ise sahiplenmedir (Barnes, 2004: 52). Bir başka ifadeyle bireyin bunu talep etmesi ve bu talebin yerine getirilmesi için çaba sarfetmesi gerekmektedir.

Engellilik alanında güçlendirme mevcut sorunların çözümüne yönelik ilk akla gelen araçların başında yer almaktadır (Ingstad ve Eide, 2011: 7). Aynı zamanda engelli bireyin toplumsal ve kamusal alanda hareket etmesini sağlamaktadır (Hansen ve Sait, 2011: 99). Bu nedenle bir gelişim ve dönüşüm süreci olarak, engelli

hareketlerinin de merkezinde bulunmaktadır. Çünkü kazanımlar elde etmenin başlıca yolu kendi sosyal ve politik çevrelerini inşa etmiş, bilinçli ve eylem becerileri yüksek, güce sahip üyelerden geçmektedir (Gadacz, 1994: 95).

Engellilik literatürü incelendiğinde güçlendirme kavramının, bağımsız yaşam, yaşam kalitesi, engelli hakları, kendini gerçekleştirme, özgürleştirme gibi çok sayıda kavramla birlikte ele alındığı ve ilişkilendirildiği görülmektedir (Gadacz, 1994; Charlton, 2000; Shakespeare ve Watson, 2001; Stainton, 2005; Barnes ve Mercer, 2006; Griffiths vd., 2009).

Gerçekten de tüm bu kavramlar güçlendirme yaklaşımının bir parçası olarak onu tamamlamakta, onun içeriğini oluşturmaktadır. Özgürleştirme ile toplumsal engellerin açığa çıkarılması, engellilik algılarının değiştirilmesi ve politik eylemin oluşturulması ifade edilmektedir (Barnes ve Mercer, 2006: 56). Kendini gerçekleştirme ya da kendi kaderini tayin etmek, engelli bireyin her şart ve durumda kendi seçimi olan faaliyetleri yapabileceği bir konuma gelmesidir (Gadacz, 1994: 86). Haklar bağlamında ele alındığında, engelli bireylerin taleplerini dile getirebilmeleri, bu talepleri gerçekleştirmek için gerekli desteğin verilmesi, kaynaklara erişimin sağlanması ve tüm karar verme sistemleri içerisine engellilerin dahil edilmesini içermektedir (Stainton, 2005: 292). Yaşam kalitesi bağlamında, toplumun tüm diğer bireyleri gibi engelliler için de asgari düzeyde kabul edilebilir bir yaşam için zorunlu olan ekonomik, politik ve sosyal standartların oluşturulması anlamını taşımaktadır (Charlton, 2000: 121).

Konunun teorik kısmı ve bununla ilgili tartışmalar bir tarafa, asıl üzerinde durulması gereken güçlendirme yaklaşımının uygulamaya aktarılabilmesidir. Bu noktada ulusal ve uluslararası olmak üzere iki boyuttan söz edilebilir. Ulusal boyutta her ülke kendi şartlarına göre farklı strateji ve politika uygulamalarına yönelmektedir. Bunlar arasında engellilerin bir takım haklarını kullanabilmeleri için yasal düzenlemeler yapma, engellilerin eğitim ve istihdamını teşvik edip destekleme, bir takım sosyal güvenlik programları oluşturma, erişebilirliği sağlama, engellileri ve engelli savunucusu kurum ve kuruluşları karar alma süreçlerine dahil etme ve toplumun engelli algısını değiştirmeye yönelik faaliyetler gerçekleştirme sayılabilir (Ingstad ve Eide, 2011: 7; Griffiths vd., 2009: 113).

Uluslararası boyutta ise evrensel bir takım ilkeler oluşturulması ve bunların hayata geçirilmesi için yürütülen programlar karşımıza çıkmaktadır. Bir çok alanda olduğu gibi engellilik alanında da uluslararası politikalar üreten asli kurum BM'dir. BM 1975 yılında İnsan Hakları Evrensel Beyanname'si'ne ek olarak yayınladığı Engelli Hakları Bildirgesi'nden bu tarafa yaptığı çalışmalarla bir taraftan engelliliği daha görünür kılarken, diğer taraftan da engelliliğin bir temel hak ve özgürlükler alanı olarak kabul edilmesine katkıda bulunmuştur (Shakespeare ve Watson, 2001: 553).

2006 yılında kabul edilen Engelli Haklarına İlişkin Sözleşme (EHS) ise bu süreçte atılan en büyük ve önemli adımdır. Belge günümüzde engellilik alanında yararlanılan temel kılavuz ve kaynak olarak kabul edilmektedir. Bunun yanında sözleşme ulusal ve uluslararası platformda güçlendirme ve yenilikçi politikalar oluşturmak için eşsiz bir araç işlevi görmektedir (Bickenbach, 2012: 59). Sözleşmenin genel felsefesi engellilerin hak ve özgürlüklerinin korunması ve güçlendirilmesidir (BM, 2006). Bu çerçevede ortaya konulan sorumluluklar taraf devletleri bağladığı gibi, doğal olarak sözleşmeyi hazırlayan BM'yi de bağlamakta ve onun tarafından oluşturulan ve yürütülen tüm diğer çalışmalar, programlar ve stratejileri de kapsamaktadır.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP), 2015 yılında ilan ettiği Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ni (SKH) de bu kapsamda ele almak gerekir. BM, Engelli Hakları Sözleşmesi'nde kabul ettiği güçlendirme yaklaşımını engellileri kalkınmanın bir parçası olarak kabul etmekle ve onlara hedefler içerisinde ayrıca yer vermekle uygulamaya aktarmış olmaktadır.

3. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Engellilik

Her ülke zenginleşmeyi ve refaha kavuşmayı, her devlet güçlü ve itibar sahibi olmayı ve her birey de yaşam kalitesini en üst düzeye çıkarmayı arzular. Yakın döneme kadar bu arzuların sadece ekonomik güçle ilişkili olduğu kabul edilmiştir. Ancak birey, bireylerden oluşan toplum, bu toplumu yöneten devlet ve hepsinin içinde bulunduğu mekân birbirleri ile kopmaz bağlardan oluşan bir ilişkiler ağı içerisinde varlığını sürdürür ve ekonomi bu ilişkiler ağının ortaya çıkardığı yapılardan sadece bir tanesidir. Bu nedenle günümüzde zenginlik, refah, güç, itibar ve iyi bir yaşam gibi olguların ölçüsü olarak sadece ekonomik duruma bakılmamakta, bunun yanına temel hak ve özgürlükler, çevre, eğitim, sağlık, beslenme gibi çok sayıda faktör de eklenmektedir. Bu anlayış, UNDP tarafından oluşturulan çeşitli politika belgeleri ve gerçekleştirilen faaliyetler ile "sürdürülebilir kalkınma" adı altında küresel ölçekte hayata geçirilmeye çalışılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma tüm insanlığın esenlik ve refahının evrensel bir takım ilkeler çerçevesinde gerçekleştirilme çabasıdır. Elbette engelli bireyler de bunun önemli bir parçası olarak görülmektedir.

3.1. Ekonomik Büyümeden Sürdürülebilir Kalkınmaya

Sürdürülebilir kalkınmanın mantığını anlayabilmek için öncelikle ekonomik büyümeyi ele almak gerekmektedir. Çünkü uzun bir süre ekonomik büyüme zenginliğin temel göstergesi olarak kabul edilmiştir. Ekonomik büyüme en genel ifadeyle, bireylerin talep ettikleri mal ve hizmetlerin karşılanması için ülkenin üretim yetenekleri ve kapasitesinin geliştirilmesidir (Peterson, 1994: 480). Sanayi devrimi ile başlayan klasik ekonomik büyüme anlayışı üretim bağlamında sadece nicelik, yani miktar olarak bir artışa vurgu yapmıştır. Bu yaklaşım ekonomi içerisindeki fiziki değişimleri dikkate alırken, diğer unsurları göz ardı etmiştir (Berber, 2006: 6). Bu bakış açısından ekonomik büyümeyi belirli bir zaman dilimi içerisinde-ki genellikle bir yıl olarak kabul edilir- kişi başına düşen mal ve hizmet miktarı olarak ifade etmek de mümkündür. Bunun ekonomik olarak karşılığı, gayri safi milli hasılanın ve buna bağlı olarak kişi başına düşen gelirin artmasıdır (Peterson, 1994: 481). Zamanla bir ideoloji haline dönüşen büyüme, refah ve esenliğin kaynağı olarak kabul edilmiş ve hatta bir ülkedeki sosyal, ahlaki, çevresel vb. sorunların çözümü için bir ön koşul olarak görülmüştür (Haapanen ve Tapio, 2016: 3501).

Bu algı bir noktaya kadar doğrudur. Çünkü ekonomik büyüme toplumsal sorunları çözme potansiyelini artırmaktadır. Ancak tarihsel süreç incelendiğinde büyümenin, daha fazla eşitsizlik, daha yüksek işsizlik, zayıf demokrasi, kültürel kimlik kaybı veya gelecek nesillerin ihtiyaç duyduğu doğal kaynakların aşırı tüketilmesi pahasına gerçekleştirildiği görülmektedir. Bununla birlikte ekonomik büyümenin her koşulda bireysel refahı ve yaşam kalitesini artırmadığı da bir gerçektir (Soubbotina, 2004: 8).

1968 yılında on ülkeden farklı bilim insanı tarafından kurulan Roma Klübü kontrolsüz ekonomi büyümenin yol açtığı sorunları tespit etmek ve çözüm önerileri getirmek amacıyla “İnsanlığı Tehdit Eden Sorunlar” adlı projeyi başlatmıştır. Proje kapsamında elde edilen ilk veriler ışığında 1972 yılında “Ekonomik Büyümenin Sınırları” raporu açıklanmıştır. Raporda küresel ölçekte kontrolsüz büyüme, nüfus artış hızı, çevre kirliliği ve sanayileşme gibi sorunlara çözüm bulunmadığı takdirde insan oğlunun varlığını çok uzun sürdüremeyeceği ifade edildikten sonra; çözüm önerisi olarak dünya yüzeyinde her bireyin temel maddi ihtiyaçlarına doyumunu sağlayacak ve her bireyin beşeri potansiyelini geliştirmesi için eşit fırsata sahip olmasına olanak verecek sürdürülebilir bir ekonomik ve ekolojik dengenin kurulması gerektiği belirtilmiştir (Meadows vd., 1972). Roma Kulübünün bu girişimi ile büyümeye ilişkin tartışmalar ve sürdürülebilirlik kavramı uluslararası alana taşınmıştır.

Ekonomik Büyümenin Sınırları Raporu’na paralel olarak, aynı yıl BM’nin düzenlediği Çevre ve Kalkınma Konferansı’nın sonuç bildirgesinde de çevrenin korunması ve geliştirilmesinin refah ve kalkınma açısından en başta gelen sorunlardan birisi olduğu kabul edilmiş ve çevreye duyarlı bir kalkınma modelinin geliştirilip benimsenmesi, planlı kalkınmaya önem verilmesi, uygulanacak politikalarda temel hak ve hürriyetlerin gözetilmesi gibi ilke kararlar alınmıştır (BM, 1973). 1980 yılında hazırlanan Dünya Korunma Stratejisi’nde ” sürdürülebilir kalkınma” kavramı ilk kez dile getirilmiş ve 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” adlı raporda da yine ilk kez tanımlanmıştır (Adams, 2009: 59).

Brundtland Raporu olarak da adlandırılan belgede sürdürülebilir kalkınma “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayan bir kalkınma” olarak tanımlanmıştır. Yine rapora göre sürdürülebilir kalkınma iki temel kavramı içerir: Birincisi dünyanın en yoksul kesiminin öncelikli olarak karşılanması gereken temel ihtiyaçları bağlamında “ihtiyaçlar”; ikincisi ise çevrenin bu günkü ve gelecekteki ihtiyaçları karşılama kabiliyeti konusunda teknoloji ve sosyal organizasyonların getirdiği “sınırlamalar” (WCDE, 1987).

Raporda ayrıca büyümenin temel ihtiyaçların karşılanması noktasında gerekli olduğu, ancak bu ihtiyaçların karşılanamadığı yerlerde ekonomik büyümenin tek başına yeterli olmadığı belirtilmiştir. Çünkü dünyanın özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan bölgelerinde büyüme ekonomik aktivitenin artması yanında yoksulluk ve çevre kirliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle bir taraftan toplumların üretken kapasitelerini artırırken diğer taraftan da herkes için adil fırsatlar sağlayarak bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için sürdürülebilir bir kalkınma yolu seçilmelidir (WCDE, 1987).

Ancak sürdürülebilir kalkınma biyolojik, ekonomik ve sosyal olmak üzere üç farklı sistemin etkileşimi ve birbirleri ile alış verişlerinden oluşmaktadır. Bu sistemlerin amaçları ve hedefleri farklıdır ve çoğu zaman bunların uyumlaştırılması ve bir optimum noktaya ulaşılması gerekmektedir (Barbier, 1987: 104). Bu nedenle 1987’den bu tarafa BM, küresel bir uzlaşmanın sağlanması, ortak politikaların belirlenmesi ve uygulamaların izlenmesi adına çok sayıda faaliyette bulunmuştur. Sürdürülebilir kalkınma bağlamında, bunların başında UNDP tarafından ortaya konulan ve ölçülen “insani gelişim” kavramı gelmektedir.

Sürdürülebilir kalkınmanın temel savlarından birisi gelecek nesillerin çıkarlarının da bu günkü neslin çıkarları ile aynı ölçüde dikkate alınması gerektiğidir. Bunun anlamı bu gün yaşan neslin refah ve mutluluğunu gelecek neslin yoksulluk ve mutsuzluğu üzerine kuramayacağımızdır. Konunun bir başka yönü de sürdürülebilir bir kalkınma ve ekonomik büyüme için mutlaka insan sermayesinin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi gerektiğidir. Çünkü insanoğlu bu süreçte hem temel araç, hem de temel amaç konumunda bulunmaktadır (Anand ve Sen, 1994; Anand ve Sen, 2000; Streeten, 1994). Dolayısıyla kalkınmanın amacı insanların durumlarını geliştirmek olmalıdır. Bu gelişim sadece gelir ve refahı artırmak anlamına gelmemektedir. İnsanlara daha sağlıklı bir yaşam, bilgiye ulaşım imkanı, iyi bir eğitim, kişisel güvenlik, politik katılım, toplumsal içerme, güvenceye alınmış temel hak ve özgürlükler gibi olanaklar da sunulmalıdır (UNDP, 1990: 9).

Sürdürülebilir kalkınma bağlamında atılan bir diğer önemli adım 2000 yılında ilan edilen Bin Yıl Kalkınma Hedefleri'dir (BKH). Bu hedefler de BM'nin insanlığın sorunlarının çözümü için küresel ölçekte ilke ve politikalar belirleme çabalarının bir diğer örneğidir. 189 ülke, küresel düzeyde insanlık onuru, eşitlik ve esenlik ilkelerinin güçlendirilmesi adına taşıdıkları sorumluluğu kabul ederek bu bildirgeyi imzalamıştır. Belgede, aşırı yoksulluk ve açlığın ortadan kaldırılması, evrensel ilköğretimin geliştirilmesi, cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların güçlendirilmesi, çocuk ölümlerinin azaltılması, anne sağlığının iyileştirilmesi, HIV/AIDS ve diğer salgın hastalıklarla mücadele edilmesi, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması ve kalkınma için küresel bir ortaklık geliştirilmesi olmak üzere 8 hedef ve bu hedeflere bağlı olarak 21 amaç belirlenmiştir. Yine belgede bu amaçların 2015 yılına kadar gerçekleştirilmesi de öngörülmüştür (BM, 2000).

BKH'nin uygulanması ve alınan sonuçlar çeşitli tartışmalara neden olmuştur. Özellikle belirlenen hedeflerdeki ilerlemenin dünyada bölgesel olarak farklılaştığı ve hedefler arasında bir dengenin kurulamadığı vurgulanmıştır. Bunun nedeni olarak ülkelerin genellikle bu hedeflerin tamamına değil, bazılarını yoğunlaşması gösterilmiştir. Bu da gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ayrımını gündeme getirmiş ve hedeflerin gelişmiş ülkeler tarafından gelişmekte olanlara yönelik uygulanan bir reçete olarak algılanmasına yol açmıştır (ICLEI, 2015).

Yapılan eleştiriler bir tarafa, BKH'nin uygulamaya konulmasından sonra bir milyardan fazla insanın aşırı yoksulluk, açlık, salgın hastalıklar ve eğitim gibi sorunlarında az ya da çok iyileşme sağlandığı gözlemlenmiştir. Getirilen eleştiriler, elde edilen olumlu sonuçlar ve insanların bu hedeflerin de ötesinde daha iyi bir gelecek için talepleri de göz önüne alınarak, 2012 yılında BM Rio+20 toplantısında, BKH üzerine inşa edilecek yeni bir gündem oluşturulmasına karar verilmiş ve bu bağlamda 2015 yılında "Dünyamızı Dönüştürmek: 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi" başlığı altında yeni bir hedefler listesi kabul edilmiştir (UNDP, 2016; Gaffney, 2014).

Yeni belgede yoksulluğa son, açlığa son, sağlıklı bireyler, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, temiz su ve sıhhi koşullar, erişilebilir ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilikçilik ve altyapı, eşitsizliklerin azaltılması, sürdürülebilir şehir ve yaşam alanları, sorumlu üretim ve tüketim, iklim eylemi, sudaki yaşam, karasal yaşam, barış ve adalet ve hedefler için ortaklıklar konu başlıklarında on 17 hedef ve bunlara bağlı 169 amaç belirlenmiştir. Belirlenen bu hedefler bağlamında 2030 yılına kadar, her yerde yoksulluk ve açlığın sona erdirilmesi; ülkeler içindeki ve ülkeler arasındaki eşitsizliklerin giderilmesi; barışçıl, adil ve kapsayıcı toplumların oluşturulması; insan haklarının korunması ve cinsiyet eşitliğinin sağlanması, kadınların güçlendirilmesi ve gezegenin ve doğal kaynaklarının kalıcı bir şekilde korunmasının sağlanması öngörülmektedir. Ayrıca farklı ulusal kalkınma ve kapasiteleri hesaba katarak sürdürülebilir ve kapsayıcı bir ekonomik büyümenin sağlanması ve ortak refah ve insana yakışır çalışma koşullarının oluşturulması da öngörüler arasındadır (BM, 2015).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) tüm dünyada hızla zemin bulmuş ve önem kazanmıştır. Çünkü günümüz dünyasında ekonomik kalkınma, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal katılma artık tüm ülkelerin kabul ettiği bileşenler haline gelmiştir. Ancak ülkelerin kendilerine ait hedefleri küresel ölçekte bir farklılık oluşturmaktadır. Bu nedenle ilgili alanlarda hedeflere ulaşmanın yolu küresel bir uzlaşmadan geçmektedir ve SKH bu işlevi yerine getirmektedir (Sachs, 2012: 2206).

1960'lı yıllarda sürdürülebilir kalkınma anlayışının temelinde yatan düşünce çevrenin korunması, doğal kaynakların kontrollü olarak kullanılması ve sınırsız ekonomik büyümenin durdurulmasıdır. Ancak küresel ölçekte gelir dağılımındaki adaletsizlik, yoksulluk, açlık ve kötü yaşam koşulları gibi sorunların büyüklüğü sürdürülebilir kalkınma kavramının içerisine insan unsurunun eklenmesine yol açmıştır. Özellikle Brundtland Raporu'ndan sonra sürdürülebilir kalkınmada insana yatırım anlayışının geliştiği görülmektedir. Bu bağlamda temel hak ve özgürlüklerin korunması, cinsiyet eşitliği, demokrasi, iyi bir eğitim, sağlıklı yaşam, dezavantajlı grupların desteklenmesi, kendini gerçekleştirme gibi çok sayıda ilke, temel ihtiyaçlar olarak sürdürülebilir kalkınmanın bir parçası haline getirilmiştir.

3.2. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Çerçevesinde Engellilerin Güçlendirilmesi

Modern demokrasilerde hukukun bir gereği olarak bireyler devlete vatandaşlık bağı ile bağlıdır ve bu bağ esasen eşitliği ortaya çıkaran temel statüdür. Bu statünün toplumsal karşılığı aidiyet bağıdır. Teoride gerek devlet, gerekse toplum tüm üyelerine bu perspektiften yaklaşır ve bu bir denge halidir. Ancak gündelik hayatta bu dengeyi tam anlamı ile görmek mümkün değildir. Kaynakların ve gücün dağılımındaki adaletsizlik, bir takım iş ve muamelelerin din, dil, ırk cinsiyet ve bedensellik gibi kıstaslara bağlı olarak farklılaşması, temel hak ve hürriyetlerin kullanılmaması gibi sorunlar büyük veya küçük krizlere neden olur. Bu tip krizler ekonomik olmaktan ziyade sosyal adalet, eşitlik ve dürüstlük krizleridir ve doğrudan sosyal sürdürülebilirliği etkiler. Bu durum doğal olarak ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlikteki değişimleri tetikler (Rioux, 2008: 223). Bu değişimlerin negatif zararlarından korunmak için devlete düşen görev vatandaşlık hakkının eşit bir şekilde kullanılmasını; topluma düşen görev ise aidiyet duygusunun tüm bireyleri ve grupları kapsayacak şekilde geliştirmesidir.

Engelliliğin hak temelli bir yaklaşımla ele alınması bu noktada önem kazanmaktadır. Ne yazık ki engelliler, gerek küresel, gerekse ulusal ölçekte bu statüden ve toplumsal bağdan en az yararlanan sosyal gruplardan birisidir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) verilerine göre dünya genelinde engellilerin ayrımcılık, erişilebilirlik, yoksulluk, eğitim ve sağlık gibi sorunları devam etmektedir. Üstelik bu sorunlar az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde katlanarak artmaktadır, çünkü her bir sorun bir diğeri beslemektedir ve işte tam da bu nedenle engellilik aynı zamanda bir kalkınma sorunudur (WHO, 2011; Brolan, 2016; Tekeli, 2016).

SKH 'nin temelini oluşturan BKH ilan edildiğinde engelliler ve engelli örgütlerinde bir hayal kırıklığı yaratmıştır. Çünkü hedeflerde açıkça engellilerden bahsedilmemiş ve hedeflerin ortaya konması noktasında engelli örgütlerinin destek ve teşvikine başvurulmamıştır (Platform Disability and Development Cooperation, 2009; Mitra, 2013; Ghai, 2009). Bununla birlikte 2006 yılında ilan edilen EHS ile BM engelliliği sosyal model bağlamında hak temelli bir yaklaşımla ele almış ve sözleşmenin başlangıç kısmında engelliliğe ilişkin konuların sürdürülebilir kalkınmanın ayrılmaz bir parçası olduğunu kabul etmiştir (BM, 2006). Bu kabul engelliler için büyük bir kazanım olmakla birlikte, BKH içerisindeki yerlerini netleştirmeye yetmemiştir.

BKH'nin oluşturulması sürecinden farklı olarak, 2030 gündemi hazırlanırken BM Kalkınma Grubu çok sesliliğin sağlanması konusunda çeşitli adımlar atmıştır. Bunlardan birisi olan küresel tematik danışma süreci Mayıs 2012 ile Haziran 2013 arasında gerçekleşmiş ve 2015 sonrası tartışma önceliklerini 11 tematik başlığa ayırmıştır. Engellilik bu başlıklardan birisi olmasa da engelliler ve engelli örgütleri her başlıkta tartışmalara katılmış ve yeni hedeflerin çerçevesinin insan hakları ile açıkça desteklenmesi gerektiği savunulmuştur. Engellilerin haklarının 2015 sonrası hedeflerin oluşturulmasına dâhil edilmesine verilen önem, Eylül 2013'te yüksek düzeyli bir Engellilik ve Gelişim Toplantısı ile noktalanmıştır. Toplantı sonucunda Engelli Hakları Sözleşmesinin amaçlarını da destekleyen, eylem odaklı bir kalkınma gündeminin oluşturulması konusunda görüş birliğine varılmıştır (Brolan, 2016: 3-5).

Nihayetinde 2015 yılında açıklanan belgede bu hedef ve amaçların evrensel bir nitelik taşıdığı ve hiç kimsenin dışarıda bırakılmadığı vurgulanmıştır. Ayrıca sürdürülebilir kalkınmanın sosyal, ekonomik ve çevresel boyutları bağlamında bir denge içerisinde ve gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş tüm ülkeleri kapsayacak şekilde gerçekleştirileceği belirtilmiştir (BM, 2015).

İlan edilen 17 hedef ve 169 amacın evrensel ve tüm insanlığı kapsadığı vurgulansa da bunlardan beş tanesinde engellilere somut olarak atıfta bulunulmuştur. Bu hedefler şunlardır (UN Department of Economic and Social Affairs, 2019a):

- **Hedef 4 Nitelikli Eğitim:** Bu hedefle kapsayıcı ve eşit kalitede eğitimin ve herkes için yaşam boyu öğrenme fırsatlarının teşvik edilmesi; eğitimdeki cinsiyet eşitsizliklerinin giderilmesi ve engelliler de dâhil olmak üzere kırılgan insanlar için tüm eğitim seviyelerine ve mesleki eğitime eşit erişim sağlanması; buna ek olarak çocuklara, engellilere, toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı eğitim olanaklarının yaratılması ve geliştirilmesi ve herkes için güvenli, şiddete dayalı olmayan, kapsayıcı ve etkili öğrenme ortamlarının oluşturulması öngörülmektedir.
- **Hedef 8 İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme:** Herkes için sürekli, kapsayıcı ve sürdürülebilir bir ekonomik büyümeyi, tam ve üretken istihdamı ve insana yaraşır bir işi teşvik edilmesi; gençler ve engelliler de dâhil bütün kadın ve erkeklerin tam ve üretken istihdama ve insana yakışır işlere erişimlerinin sağlanması ve eşit işe eşit ücret ilkesinin tam olarak benimsenmesi öngörülmektedir.
- **Hedef 10 Eşitsizliklerin Azaltılması:** Engelliler de dâhil olmak üzere herkesin sosyal, ekonomik ve siyasal katılımını desteklemek ve güçlendirmek yoluyla ülkeler içinde ve arasındaki eşitsizliklerin azaltılmaya çalışılması öngörülmektedir.

- **Hedef 11 Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar:** Şehirlerin ve insan yerleşimlerinin kapsayıcı, güvenli ve sürdürülebilir hale getirilmesi; herkes için güvenli, uygun fiyatlı, erişilebilir ve sürdürülebilir ulaşım sistemlerine erişiminin sağlanması; karayolu güvenliğinin sağlanması ve özellikle engelliler de dâhil olmak üzere özel önem gösterilmesi gerekenler için toplu taşıma sistemlerinin geliştirilmesi öngörülmektedir.
- **Hedef 17 Amaçlar İçin Ortaklıklar:** Uygulama araçlarını güçlendirmek ve küresel ortaklıkları canlandırmak için SKH'nin gözlemlenmesi, verilerinin toplanması ve hesap verilebilirliğin sağlanması ve bu bağlamda engellilik alanının da dâhil olduğu yüksek kaliteli, güvenilir, güncel veriye ulaşımın artırılması için tüm devletlerin kapasite geliştirme noktasında teşvik edilmesi öngörülmektedir.

Sayılan bu beş hedefle esasen engellilerin temel sorunları da ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda SKH'nin temel felsefesi içerisinde engellilerin güçlendirilmesi için özetle (UN Department of Economic and Social Affairs, 2019b):

- Engellilerin eğitim olanaklarının geliştirilerek, sürdürülebilir ve kaliteli bir eğitim almalarının sağlanması;
- İstihdama olanaklarının artırılması ve böylelikle engelli yoksulluğunun da önüne geçilmesi;
- Sağlık imkanlarının artırılması ve yine sağlıkları ile ilgili kararları kendilerinin alabilmeleri;
- Engelli kadın ve kızların hem engellilik, hem de cinsiyet ayrımı nedeniyle maruz kaldıkları muamelenin önlenmesi;
- Bağımsız yaşam olanaklarının sağlanması, her hangi bir kısıtlamaya maruz kalmadan toplumsal hayatın her alanında rahatça hareket edebilmeleri, bir başka ifadeyle yaşadıkları yerlerde mal, hizmet ve mekanlara erişim olanaklarının sağlanması;
- Sosyal, ekonomik ve politik katılımlarının sağlanması, böylelikle başta kendilerini ilgilendiren konular olmak üzere, tüm toplumsal konularda söz sahibi olabilmeleri;
- Belirlenen hedeflerin uygulama olanaklarının artırılması için etkin ve güvenilir bir veri ağının oluşturulması;
- Ve son olarak tüm bunları gerçekleştirmek için gerekli tüm yasal düzenlemelerin yapılması öngörülmektedir.

Engellilere atıf yapılan hedef ve amaçların başarıya ulaşabilmesi için kullanılacak iki önemli araç öngörülmektedir (Tekeli, 2016). Bunlardan ilki "ikiz parkur" yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre SKH çerçevesinde engellilerin güçlendirilmesini desteklemek için bir taraftan onlara özel girişim ve faaliyetlerde bulunulmalı, diğer taraftan ise tüm hedef ve amaçlar için oluşturulan politika ve programların tasarımında, uygulanmasında, izlenmesinde ve denetlenmesinde engellileri de kapsayacak önlemler alınmalıdır (Yeo, 2001: 19-20). İkinci araç ise "kopukluğa izin vermeme politikası" olarak adlandırılmaktadır. Bu yaklaşımın temel savı şudur: Engellilerin sorunlarına yönelik politikaların başarıya ulaşması için tek başına hareket etmek yeterli değildir. Dolayısıyla bir takım kazanımların elde edilebilmesi için ulusal ve uluslararası alanda yer alan çok sayıda kişi, kurum ve kuruluşun bu politikalara destek olması ve işbirliği ile çalışması gerekmektedir. SKH'de belirlenen hedef ve amaçlara ulaşmanın yolu başta engellilerin kendileri olmak üzere çok sayıda aktörün işbirliğinden geçmektedir (Tekeli, 2016: 38).

2030 Gündemi sadece sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin bir program ve politika belgesi olmayıp aynı zamanda geleceğe yönelik bir vizyon da belirlemiştir. Bu vizyon içerisinde insan haklarına, insanlık onuruna, hukukun üstünlüğüne, adalete, eşitliğe saygı; ayrımcılığın her türlüsüne bir karşı duruş; bireylerin potansiyellerini geliştirmelerine ve ortak refaha katkıda bulunan bir fırsat eşitliği; toplumun en kırılgan ve savunmasız bireylerinin ihtiyaçlarının karşılandığı adil, hoşgörülü, açık ve sosyal olarak kapsayıcı bir dünya ve tüketim ve üretim kalıplarının ve tüm doğal kaynakların kullanımının sürdürülebilir olduğu, çevrenin korunduğu ve yoksulluğun ve açlığın ortadan kaldırılmasını içeren bir kalkınma anlayışı bulunmaktadır (BM, 2015).

Daha önce de belirtildiği üzere sürdürülebilir kalkınma mantığı içerisinde insan hem bir araç hem de bir amaçtır. Bu nedenle sürdürülebilir bir kalkınmanın gerçekleşebilmesi için öncelikle bireyin güçlendirilmesi, bir başka ifadeyle kendini gerçekleştirme yetisinin kazandırılması gerekmektedir. Bunu sağlamanın başlıca yolu da bireylerin temel haklarını kullanılabilmesi ve ayırım gözetmeden tüm bireylerin fırsat eşitliğinden yararlanabilmesinden geçmektedir.

Bu anlayış çerçevesinde toplumda en fazla güçlendirilmesi gereken grupların başında engelliler gelmektedir. Engellilerin bağımsız ve kaliteli bir hayata sahip olmalarını sağlamak hak temelli yaklaşımın da başlıca hedefidir. Nitekim bu hedef sürdürülebilir kalkınma mantığı paralelinde EHS'de de temel bir ilke

olarak yer almıştır (Tekeli, 2016). SKH’de engellilere vurgu yapılması bu ilkenin pratiğe aktarılması noktasında önemli bir adım olarak görülmelidir. Çünkü her ne kadar bir yaptırım sistemi bulunmasa da 2030 gündemine taraf olan devletler için bu hedeflere ulaşmak uluslararası bir itibar göstergesidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nin 28. maddesine göre tüm insanların Bildirgede öngörülen hak ve özgürlüklerin gerçekleşeceği bir toplumsal ve uluslararası düzene hakkı vardır. Ancak engelliler ve bir takım toplumsal gruplar söz konusu olduğunda, bu hak ve özgürlüklerin gerçek hayatta var olabilmeleri için yeniden ulusal ve uluslararası düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Uzun süren mücadeleler ve hak talepleri sonucunda bir takım kazanımlar elde etseler de engelliler, yine de sadece ana akım toplumdan değil, diğer azınlık gruplarından da birçok şekilde ayrılmaktadır (Jaeger ve Bowman, 2005: 10). Güçlendirme kavramına yapılan vurgunun temelinde de bu gerçek yatmaktadır.

Engellilik alanının asli düzenleyicisi ve evrensel ilkelerin belirleyicisi Birleşmiş Milletler’dir. Kuruluş 1975 yılında İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’ne ek olarak yayınladığı Engelli Hakları Bildirgesi’nden bu tarafa yapmış olduğu çalışmalar ve ortaya koyduğu sözleşmelerle engelliliğin bir insan hakları unsuru olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Bunun yanında yine bu çalışma ve sözleşmelerde en fazla vurgu yaptığı konuların başında engellilerin güçlendirilmesi gelmektedir. Çünkü güçlendirme engellilerin kendilerine tanınan hakları kullanabilmelerinin başlıca aracıdır. Nitekim 2006 yılında ilan edilen Engelli Hakları Sözleşmesi’nde de bu tavrını açıkça ortaya koymuştur.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından 2015 yılında ilan edilen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri engellilerin güçlendirilmesine farklı bir boyut kazandırmıştır. Hiç kimsenin dışarıda bırakılmayacağı ilkesinden hareketle, programda beş farklı hedefte engellilere ayrıca yer verilmiştir. Böylelikle bir taraftan engelliler küresel ölçekte bir politikanın parçası olarak kabul edilmiş, diğer taraftan da engellilerin güçlendirilmesi uluslararası bir politik hedef haline getirilmiştir. Ancak, bu olumlu gelişmeye karşın engelliler için her şey tamamlanmış değildir.

Bir takım hakların tanınmasının engellilerin sorunlarını çözmediği, tarihi süreç incelendiğinde açıkça ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Charlton (2000) tarafından, “Biz Olmadan Bizim Hakkımızda Hiçbir Şey” sloganı ile ortaya konulan güçlendirme yaklaşımı önem kazanmaktadır. Yaklaşım iki temel önermeye dayanmaktadır. Öncelikle, asıl önemli olan engelli bireylerin nasıl bir seçim yaptığı değil, seçimleri nasıl yaptığıdır. İkincisi ise bunun devamı olarak, engelli bireylerin ne yapmak istediğine karar verme eylemlerinin yanında, bu seçime göre hareket edebilme imkânlarının olmasıdır (Stainton, 2005). Bir başka ifadeyle engelli bireyler bir taraftan bağımsız karar verebilmeli, diğer taraftan da verdikleri bu karar doğrultusunda hareket edebilmelidir.

Shakespeare ve Watson (2001) engellilerin gerçek güçlenmesinin ancak gezegenin baskın siyasi ve ekonomik yapılarının yenilenmesiyle gerçekleşebileceğini ileri sürmüştür. Fikre katılmamak mümkün değildir ve hatta bu yapılara engellilik kültürü ve algısı da eklenmelidir. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve engellilik ilişkisi de bu çerçevede değerlendirilebilir. Çünkü hedefler, en azından teoride geleneksel yapılara aykırı bir duruş sergilemektedir. Dolayısıyla, hedefler içerisinde engellilere yapılan vurgular değerli birer kazanımdır. Ancak yine de vurgulamak gerekir ki, teoride elde edilen kazanımlar uygulamaya aktarılmadığı sürece bir anlam ifade etmemektedir.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 2030 yılına kadar devam edecek bir tarih aralığını kapsamaktadır. Belirlenen hedeflere ulaşmak ve engellilerin güçlendirilmesini sağlamak için bu süreçte atılacak ilk adım, engellilerin öncelikle ve mutlaka karar alma süreçlerine katılmalarını sağlamak olmalıdır. Buna ek olarak, ortaya konulan politikaların uygulanması aşamasında gözetim ve denetim mekanizmaları kurulmalı ve bu mekanizmalara da engelliler mutlaka dâhil edilmelidir. Engellilerin söz hakkının olmadığı ya da onlar adına başkaları tarafından oluşturulan politikaların başarıya ulaşma şansı tartışmalıdır. Ayrıca konu sadece engellileri değil tüm toplumu ilgilendirmektedir. Bu nedenle sürece mümkün olduğunca çok aktörün dâhil edilmesi gerekmektedir.

Bu noktada en büyük sorumluluk ve görev politika yapıcılara düşmektedir. Politika yapıcıların engellilik alanını siyasal kaygılardan ve popülist yaklaşımlardan uzak, uzun vadeli planlama ile rasyonel bir şekilde ele almaları gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın altında yatan temel mantık bu günden geleceğin inşa edilmesidir. Engellilerin güçlendirilmesi de bu mantıkla ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adams, W. M. (2009), *Green Development Environment and Sustainability in a Developing World*, Routledge, Oxon.
- Anand, S., ve Sen, A. (1994), *Sustainable Human Development: Concepts and Priorities*, Human Development Report Office , Human Development Occasional Papers (1992-2007), United Nations Development Programme.
- Anand, S., ve Sen, A. (2000), "The Income Component of the Human Development Index", *Journal of Human Development*, 1(1), s. 83-106.
- Bagenstos, S. R. (2009), *Law and the Contradictions of the Disability Rights Movement*, Yale University Press, Connecticut.
- Barbier, E. B. (1987), "The Concept of Sustainable Economic Development", *Environmental Conservation*, 14(2), s. 101-110.
- Barnes, C. (2004), "Reflections on Doing Emancipatory Disability Research", (Ed.) J. Swain, S. French, C. Barnes, ve C. Thomas içinde, *Disabling Barriers-Enabling Environments* (s. 47-53), SAGE Publications, London.
- Barnes, C. (2012), "Understanding The Social Model of Disability Past Present and Future", (Ed.) N. Watson, A. Roulstone, ve C. Thomas içinde, *Routledge Handbook of Disability Studies* (s. 12-29), Routledge, Oxon.
- Barnes, C., ve Mercer , G. (2003), *Disability: Key Concepts*, Polity Press, Cambridge.
- Barnes, C., ve Mercer, G. (2006), *Independent Futures: Creating User-Led Disability Services in a Disabling Society*, The Policy Press, Bristol.
- Beaulaurier, R. L., ve Taylor, S. H. (2007), "Social Work Practice with People with Disabilities in The Era of Disability Rights", (Ed.) A. O. Dell, ve P. W. Power içinde, *Psychological and Social Impact of Illness and Disability* (s. 53-75), Springer Publishing, New York.
- Berber, M. (2006), *İktisadi Büyüme ve Kalkınma*, Derya Kitabevi, Trabzon.
- Beresford, P. (2012), "Psychiatric System Survivors: An Emerging Movement", (Ed.) N. Watson, A. Roulstone , ve C. Thomas içinde, *Routledge Handbook of Disability Studies* (s. 151-164), Rotledge, Oxon.
- Bickenbach, J. E. (2012), "The International Classification of Functioning, Disability and Health and Its Relationship to Disability Studies", (Ed.) N. Watson, A. Roulstone, ve C. Thomas içinde, *Routledge Handbook of Disability Studies* (s. 51-66), Routledge, Oxon.
- BM. (1973), *Report of The United Nations Conference on The Human Environment Stockholm 1972*, United Nations Publication, New York.
- BM. (2000), "United Nations Millennium Declaration", erişim tarihi 10.08.2019 <https://undocs.org/A/RES/55/2>.
- BM. (2006), "Convention on the Rights of Persons with Disabilities", erişim tarihi 21.08.2019 <https://undocs.org/A/RES/61/106>.
- BM. (2015), "Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development", erişim tarihi 08.07.2019, <https://undocs.org/A/RES/70/1>.
- Brisenden, S. (1986), "Independent Living and the Medical Model of Disability", *Disability, Handicap ve Society*, 1(2), s. 173-178.
- Brolan, C. E. (2016), "A Word of Caution: Human Rights, Disability, and Implementation of the Post-2015 Sustainable Development Goals", *Laws*, 5(22), s. 1-18.
- Burcu, E. (2007), *Türkiye'de Özürlü Birey Olma: Temel Sosyolojik Özellikleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma*, Hacettepe Üniveristesesi Yayınları, Ankara.
- Charlton, J. I. (2000), *Nothing About Us Without Us' Disability Oppression and Empowerment*, University of California Press, California.
- Cooper, J. (2000), "Improving the Civil Rights of People with Disabilities Through International Law", (Ed.) J. Cooper içinde, *Law Rights and Disability* (s. 59-81), Jessica Kingsley Publishers, London.
- Davis, L. J. (2006). "Introduction", (Ed.) L. J. Davis içinde, *The Disability Studies Reader* (s. vx-xviii), Routledge, New York.
- Drake, R. F. (1999). *Understanding Disability Policies*, Palgrave Macmillan, London.
- Fazil, Q., Wallace, L. M., Singh, G., Ali, Z., ve Bywaters, P. (2004), "Empowerment and Advocacy: Reflections on Action Research with Bangladeshi and Pakistani Families Who Have Children with Severe Disabilities", *Health and Social Care in the Community*, 12(5), s. 389-397.
- Gadacz, R. R. (1994), *Re-Thinking Disability*, The University of Alberta Press, Alberta.
- Gaffney, O. (2014), "Sustainable Development Goals Improving Human and Planetary Wellbeing", *Global Change*, (82), s. 20-23.
- Ghai, A. (2009), "Disability and the Millennium Development Goals: A Missing Link", *Journal of Health Management*, 11(2), s. 279-295.
- Ghosh, N. (2012), "Disabled Definitions, Impaired Policies:Reflections on Limits of Dominant Concepts of Disability", *Occasional Paper 34. Institute of Development Studies Kolkata*.
- Goodley, D. (2011), *Disability Studies An Interdisciplinary Introduction*, SAGE Publications, London.
- Griffiths, M., Mannan, H., ve MacLachlan, M. (2009), "Empowerment, Advocacy and National Development Policy: A Case Study of Disabled Peoples' Organizations in Bolivia", (Ed.) M. MacLachlan, ve L. Swartz içinde, *Disability ve International Development* (s. 105-118), Springer, London.

- Haapanen, L., ve Tapio, P. (2016), "Economic Growth as Phenomenon, Institution and Ideology: A Qualitative Content Analysis of the 21st Century Growth Critique", *Journal of Cleaner Production*, (112), s. 3492-3503.
- Hansen, C., ve Sait, W. (2011), "We too are disabled: Disability Grants and Poverty Politics in Rural South Africa", (Ed.) A. H. Eide, ve B. Ingstad içinde, *Disability and Poverty A Global Challenge* (s. 93-119), Policy Press, Bristol.
- ICLEI. (2015), "From MDGs to SDGs: What are the Sustainable Development Goals?", erişim tarihi 27.07.2019, <https://www.local2030.org/>.
- Ingstad, B., ve Eide, A. H. (2011), "Introduction", (Ed.) A. H. Eide, ve B. Ingstad içinde, *Disability and Poverty A Global Challenge* (s. 1-15), Policy Press, Bristol.
- Jaeger, P. T., ve Bowman, C. A. (2005), *Understanding Disability*, Greenwood Publishing, Connecticut.
- Lee, T. M. (2005), "Multicultural Citizenship: The Case Of The Disabled", (Ed.) D. Pothier, ve R. Devlin içinde, *Critical Disability Theory: Essays in Philosophy, Politics, Policy and Law* (s. 87-106), UBC Press, Vancouver.
- Linton, S. (2006). "Reassigning Meaning", (Ed.) L. J. Davis içinde, *The Disability Studies Reader* (s. 161-173), Routledge, New York.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., ve Behrens III, W. W. (1972), *Limits To Growth*, Universe Books, New York.
- Mitra, S. (2013), "A Data Revolution for Disability-Inclusive Development", *Lancet*, (1), 178-179.
- Muyinda, H., ve Whyte, S. R. (2011), "Displacement, Mobility and Poverty in Northern Uganda", (Ed.) A. H. Eide, ve B. Ingstad içinde, *Disability and Poverty A Global Challenge* (s. 119-137), Policy Press, Bristol.
- Page, N., ve Czuba, C. E. (1999), "Empowerment: What is it?", *Journal of Extension*, 37(5), s. 1-5.
- Peterson, W. C. (1994), *Gelir İstihdam ve Ekonomik Büyüme*, Çev. T. Güllap, Atatürk Üniversitesi Yayınları, Erzurum.
- Pfeiffer, D. (2007), "The Disability Paradigm", (Ed.) A. E. Dell, ve P. W. Power içinde, *Psychological and Social Impact of Illness and Disability* (s. 7-11), Springer Publishing Company, New York.
- Platform Disability and Development Cooperation. (2009), *Disability and The Millenium Development Goals*, PHOS, Brussels.
- Rioux, M. H. (2008), "Disability, Citizenship and Rights in a Changing World", (Ed.) C. Barnes, M. Oliver, ve L. Barton içinde, *Disability Studies Today* (s. 210-228), Blackwell Publishers, Massachusetts.
- Sachs, J. D. (2012), "From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals", *Lancet*, (379), s. 2206-2211.
- Shakespeare, T. (2006), "The Social Model of Disability", (Ed.) L. J. Davis içinde, *The Disability Studies Reader* (s. 197-205), Routledge, New York.
- Shakespeare, T., ve Watson, N. (2001), "Making the Difference Disability, Politics, and Recognition", (Ed.) G. L. Albrecht, K. Seelman, ve M. Bury içinde, *Handbook of Disability Studies* (s. 546-565), Sage Publications, California.
- Siebers, T. (2006), "Disability in Theory: Disability in Theory to the New Realism of the Body", (Ed.) L. J. Davis içinde, *The Disability Studies Reader* (s. 173-185), Routledge, New York.
- Soubbotina, T. P. (2004), *Beyond Economic Growth An Introduction to Sustainable Development*, Second Edition b., The World Bank, Washington D.C.
- Stainton, T. (2005), "Empowerment and The Architecture of Rights Based Social Policy", *Journal of Intellectual Disabilities*, 9(4), s. 289-298.
- Streeten, P. (1994), "Human Development: Means and Ends", *The American Economic Review*, 84(2), s. 232-237.
- Swartz, L., ve MacLachlan, M. (2009), "From the Local to the Global: The Many Contexts of Disability and International Development", (Ed.) M. MacLachlan, ve L. Swartz içinde, *Disability ve International Development* (s. 1-13), Springer, London.
- Tekeli, D. (2016), "Engelliliği Kapsayıcı Kalkınma: Neden söz ediyoruz?", erişim tarihi 08.18.2019, http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/e/n/engelliligi-kapsayici-kalkinma.neden-soz-ediyoruz__.pdf.
- Thomas, C. (2008), "Disability Theory: Key Ideas, Issues and Thinkers", (Ed.) Barnes Colin, Oliver Mike, ve L. Barton içinde, *Disability Studies Today* (s. 38-58), Blackwell Publishers, Massachusetts.
- UN Department of Economic and Social Affairs. (2018), "2018 International Day of Persons with Disabilities", erişim tarihi 06.11.2019, <https://www.un.org/development/desa/disabilities/news/dspd/idpd.html>.
- UN Department of Economic and Social Affairs. (2019a), "Sustainable Development Goals and Disability", erişim tarihi 12.08.2019, <https://www.un.org/development/desa/disabilities/about-us/sustainable-development-goals-sdgs-and-disability.html>.
- UN Department of Economic and Social Affairs. (2019b), *Disability and Development Report 2018*, United Nations, New York.
- UN Department of Economic and Social Affairs. (2019c), "The Invisibility of Disability Why Disability Statistics Matter", erişim tarihi 23.07.2019, <https://www.un.org/development/desa/publications/graphic/disability-statistics>.
- UNDP. (1990), *Human Development Report 1990*, Oxford University Press, New York.
- UNDP. (2016), *From The MDGs to Sustainable Development For All*, UNDP, New York.
- United Nations.(1948), "The Universal Declaration of Human Rights", erişim tarihi 29.08.2019, https://www.un.org/en/udhrbook/pdf/udhr_booklet_en_web.pdf.
- UPIAS. (1976), *Fundamental Principles of Disability*. London.

- WCDE. (1987), Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. United Nations.
- WHO. (1993), International Classification of Impairments Disabilities and Handicaps, World Health Organization, Geneva.
- WHO. (2011), World Report on Disability, WHO Publications, Geneva.
- Yeo, R. (2001). Chronic Poverty and Disability. Working Paper No. 4: Chronic Poverty Research Centre.

Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ile Finansal İyilik Hâli ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki¹

The Relationship Between Personality Characteristics of Consumers with Financial Well-Being and Risk-Taking Attitude

A.Selçuk KÖYLÜOĞLU*
Abdurrahman GÜMRAH**
Mesut DOĞAN***

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin kişilik özellikleri ile finansal iyilik hali ve risk alma tutumu arasındaki ilişkiyi incelemektir. Ayrıca tüketicilerin demografik özelliklerine göre kişilik özellikleri ile finansal iyilik hali ve risk alma tutumunun farklılaşp farklılaşmadığı da tespit edilmiştir. Bu amaçla araştırmada Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören 200 öğrenci üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kişilik özellikleri (Five Factor), finansal iyilik hali ve risk alma tutumu ölçekleri kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin cinsiyete göre risk alma tutumu ve finansal iyilik hali ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile erkek öğrencilerin, kız öğrencilere göre risk alma tutumu algısı ve finansal iyilik hali algısı daha yüksektir. Buna karşın katılımcıların cinsiyetine göre beş faktör kişilik envanteri farklılaşmamaktadır. Ayrıca risk alma tutumu algısı açısından deneyime açıklık, uzlaşabilirlik, dışa dönüklük boyutları ile pozitif ve güçlü bir ilişki, buna karşın nevroitiklik ile negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Finansal iyilik hali bakımından deneyime açıklık, uzlaşabilirlik, öz disiplin boyutları ile pozitif ve güçlü bir ilişki buna karşın nevroitiklik boyutu ile negatif ilişkiye ulaşılmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER

Kişilik Özellikleri, Finansal İyilik Hali, Risk Alma Tutumu

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the relationship between the personal characteristics of consumers and their financial well-being and risk-taking attitudes. In addition, it has been determined whether the personality characteristics, financial well-being and risk taking attitudes differ according to the demographic characteristics of the consumers. For this purpose, a questionnaire was applied to 200 students studying at Selçuk University. Five factors, financial well-being and risk taking attitude scales were used in the study. As a result of the analyzes, it was determined that the average risk taking attitude and financial well-being of the students differed statistically according to gender. In other words, male students have higher risk perception and financial well-being than female students. However, the five-factor personality inventory does not differ according to the gender of the participants. In addition, a positive and strong relationship with perception of risk taking attitude, openness to experience, reconciliation and extroversion, but a negative relationship with neuroticism was determined. There is a positive and strong relationship with financial well-being, openness to experience, reconciliation and self-discipline, whereas a negative relationship with neuroticism.

KEYWORDS

Personality Characteristics, Financial Goodness, Risk-Taking Attitude

| <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 19.09.2019 | | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 26.11.2019 | |
|--|--|---|--|
| <i>Atf</i> | Köylüoğlu, A.S., Gümrah, A. ve Doğan, M. (2019). Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ile Finansal İyilik Hâli ve Risk Alma Tutumu Arasındaki İlişki.. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 903-913. | | |

¹ Bu çalışma 28-30 Haziran 2019 tarihlerinde KKTC'de düzenlenen 3.Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuş, çalışmanın özeti kongre özet kitapçığında yayınlanmıştır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Kulu Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Programı, askoyluoglu@selcuk.edu.tr, ORCID:0000-0003-0359-1443

** Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Lojistik Programı, agumrah@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2588-7448

*** Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bayat Meslek Yüksekokulu, İşletme Bölümü, mesutdogan07@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6789-1361

GİRİŞ

Her bireye özgü bir kavram olan kişilik, doğuştan gelen özellikler ve çevresel koşullar ile şekillenmektedir. Kişiliğin oluşumunda etkisi olan bu çoğulculuk, gelişim örüntüsünün farklılık arz etmesi neticesini ortaya koymaktadır. İnsanlar sahip oldukları değer yargıları, fiziksel görünüşleri ve kognitif yetenekleri açısından birbirine benzemedikleri gibi sergiledikleri davranış açısından da birbirine benzememektedirler. İnsanları birbirinden farklı kılan bu özellikler bir araya geldiğinde ise kişilik oluşmaktadır (*İstanbul İşletme Enstitüsü*, 25.06.2019). Kişilik kavramının pazarlama açısından da önemi bilinmektedir ancak bu konuya dair yapılan araştırmalarda çıkan sonuçlar arasında bir mutabakat söz konusu değildir. Zira bazı çalışmalar, kişiliği pazarlamanın çeşitli temel kavramlarıyla ilişkilendirirken kimi çalışmalarda böylesi bir ilişkinin olmadığı ileri sürülmektedir. Oysa, tüketici araştırmaları ve pazarlama bilimi birbirini tamamlayan bir bütün olmakla birlikte insan davranışlarıyla da yakından ilgilidir ve 1970' li yıllarda yapılan tanımlamalarda tüketicilere yönelik içsel ve dışsal etmenler göz önüne alınmıştır. Örneğin tüketici davranışında kültürel geçmiş, sosyal sınıf gibi dış etmenlerin yanında algı, kişilik ve tutum gibi iç etmenler de etkilidir (*Shoaf, Scatton, Morrin & Maheswaran*, 1995). Kişilik ve pazarlama bilimi arasındaki bağ, “*bana tükettiğini söyle sana kim olduğunu söyleyeyim*” türünden sembolize edilecek kadar güçlüdür (*Odabaşı & Barış*, 2014). Bu itibarla, bugünün pazarlama literatüründe kişilik, çevresel uyarıcılara uygun karşılık verme şeklinde kabul görmektedir. Kişilik aynı zamanda, kişisel ya da toplumsal birden fazla etkenin kümülatif etkileşiminin tüketici davranışını etkileyen bir çıktısı olarak da değerlendirilmektedir (*Tenekecioğlu*, 2009).

Bu bağlamda bugünün pazarlama mantalitesinin en büyük kazanımı, tüketici memnuniyetinin sağlanması adına yapılan tüketici araştırmalarıyla tüketici özelliklerine iddialı bir şekilde hâkim olmaktır. Güncel bir metodoloji olan disiplinlerarası yaklaşım, yakaladığı ivmeyi bu gerekçeye borçludur. Öyle ki, pazarlamanın tüketicilerin kişilik özellikleriyle ilgilenmesi, psikoloji bilimiyle dirsek temasında olduğunun bir göstergesidir. Benzer şekilde tüketicilerin yatırım, harcama ve borç gibi risk içeren durumlarda, risk/getiri tercihlerinde hangi özelliklerinin ön plana çıktığının bilinmesi de pazarlamanın finans alanıyla olan ilintisinin bir ispatıdır. Pazarlamada olduğu gibi finans alanının da merkezinde insan vardır ve yatırımcıların algıları, tutumları ve kişilik özellikleri pazarlamayı da ilgilendirmektedir. Zira uluslararası rekabetin giderek kızıştığı finans dünyasında artık yatırımcıların sahip olduğu bireysel özelliklerinin de incelenmesi önem ihtiva etmektedir (*Kahneman&Riepe*, 1998). Davranışsal ekonomi olarak zikredilen ve literatürdeki yerini kabul ettiren bu yaklaşım, geleneksel modelin tersi bir fonksiyona sahiptir ve psikolojinin bu alanda ne kadar ihmal edildiğini vurgulamaktadır. Yani insanların iç dünyalarının göz ardı edildiği ya da bir kenara bırakıldığı değil, bilakis, pazar reaksiyonlarının %90' ının psikolojiye, sadece geriye kalan %10' luk kısmın gerçeklere yaslandığını ileri sürmektedir (*Tigges, v.d.*, 2000).

Bu doğrultuda, disiplinlerarası bir yaklaşımla pazarlamanın psikoloji ve finans alanlarıyla işbirliği üzerine inşa edilen bu çalışmada amaç, tüketicilerin kişilik özelliklerini finansal iyilik hâli ve risk alma tutumu ile ilişkilendirmektir. Kişiliğin oluşumu pek çok etkene bağımlı olduğundan, depresif ve hüzünlü, mesafeli, enerji dolu, gergin, tembelliğe meyilli, girişken gibi çok çeşitli kişilik özelliklerinden bahsetmek mümkündür. Bu özellikler pazarda belirleyici role sahip olduğundan pazarlama ve psikoloji arasındaki ilişki bu bakış açısına dayanarak kurulmuştur. Bunun için *Goldberg* (1993)' in geliştirdiği Beş Faktör Kişilik Modeli kullanılmıştır (*John&Srivastava*, 1999). Bazı insanların finansal davranışlarda çok endişeli olmaları ve bazılarının da daha az duyarlı olmaları finansal iyilik hâlini göstermektedir (*Strömbäck, v.d.*, 2017). Finansal iyilik bir bakıma kişinin kendini güvenli bir limanda hissetmesidir. Tüketicilerin borçlanmaları finansal iyilik hâllerini etkilemekte, finansal olaylara karşı tutumları da borçlanmalarını etkilemektedir. Finansal açıdan risk algılamalarına etki eden faktörlerin bilinmesi ise, harcama-tasarruf ve buna benzer diğer pek çok eşleştirmede finansal risk ve fırsatların daha iyi görülmesini sağlamaktadır ve bu bakış açısı da pazarlamanın finansla olan ilişkisini göstermektedir. Finansal iyilik hâlinin ölçümünde *Norvilitis, Szablicki, ve Wilson* (2003) tarafından geliştirilen ölçeğe başvurulurken, risk alma tutumunun ölçülmesinde *Sjöberg ve Engelberg* (2009) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır. Çalışma giriş bölümünün akabinde üç bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde kişilik ve özellikleri, finansal iyilik hâli ve risk alma tutumu gibi temel kavramlara yer verilmiştir. İkinci bölümde literatürde konuyla ilgili yapılmış çalışmalar taranmıştır. Üçüncü bölüm yöntem ve bulguların yer aldığı çalışmanın metodolojisidir. Yöntem ve elde edilen bulgularla ulaşılan çıktılar sonuç kısmında değerlendirilmiştir.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1930' lu yıllarda kişilik psikolojisinin sosyal bilimler alanlarından ayrı düşünölmeye başlamasıyla ortaya çıkan bir bilimsel disiplin olan kişilik kavramıyla ilgili literatürde birçok tanım mevcuttur. *Ryckman* (2008), kişiliği sosyal çekicilik olarak tanımlamıştır. *Butler* (1986), insanların dış dünyada yüzlerine taktıkları maske

olarak nitelendirmiştir. *McCrae ve Costa* (1989), kişiliğin bir etkileşim tarzı olduğunu ifade etmiş ve farklı zamanlarda sergilenen sürekliliği olan, duygusal, kişilerarası, tecrübe edilen bir değer olarak nitelendirmiştir. *Burger* (2006), münferit kaynakların tutarlı davranış kalıpları ve içsel süreçleri şeklinde izah etmiştir (*Horzum, Ayaş&Padır*, 2017). Terimin birçok tanımına rağmen, araştırmacılar genellikle kişiliğin çeşitli durumlarda bir kişinin bilişlerini, motivasyonlarını ve davranışlarını benzersiz şekilde etkileyen, sahip olduğu dinamik ve organize özellikler kümesi olduğu konusunda hemfikirdir (*Ryckman*, 2008). Kişiliğin gelişiminde birçok faktörün etkisinin olması, bu konu üzerinde çalışma yapan pek çok araştırmacının çeşitli kuram ve modeller geliştirmesinin önünü açmıştır. Freud-Psikoanalitik Kuram, Jung-Analitik Psikoloji, Adler-Bireysel Psikoloji, Horney-Sosyal ve Kültürel Psikanaliz, Erikson-Psikoanalitik Ego Psikolojisi, Skinner-Edimsel Analiz, Kohut-Benlik Psikolojisi, Allport-Kişilik Özellikleri Kuramı, Rogers-Kendini Gerçekleştirme Kuramı, Cattell-Yapı Temelli Sistemler Kuramı, Eysenck-Biyolojik Tipoloji, Rotter-Beklenti Değer Kuramı, Bandura-Sosyal Bilişsel Kuramlar iken, Myers-Briggs Tipi Kişilik Modeli, Beş Faktör Kişilik Modeli, FİRO-B Kişilik Değerlendirme Modeli, Katherine Benziger' in Beyin Tipi Teorisi, Belbin Takımı Roller ve Kişilik Tipleri Teorisi de kişilik modellerinden bazılarıdır. (*Ryckman*, 2008).

Bu doğrultuda, kişiliği açıklamak üzere yapılan nicel çalışmalarla, özellikleri bakımından kişiliğin beş güçlü faktör çerçevesinde düzenlenebileceği idrak edilmiştir. Yaklaşık 2000 yılından bu yana, bu çalışmada da başvurulan beş faktör yaklaşımı, kişilik alanındaki araştırmaların temel taşı olarak değer görmektedir (*McCrae&Costa*, 1987; *Goldberg*, 1990; *Camgöz*, 2009). Beş faktör kişilik özellikleri modeli iki ayrı uçtan meydana gelmiş, kapsamında beş ayrı kişilik boyutu yer almaktadır (*McCrae&John*, 1992; *Camgöz*, 2009). Bu alt boyutlar dışa dönüklük-içe dönüklük, uyumluluk-uyumsuzluk/düşmanlık, sorumluluk-dürtüsellik, nevroitiklik-duygusal denge ve deneyime açıklık-gelenekçilik şeklindedir. Dışa dönüklük; sosyal, girişkenlik, enerjik, maceracı, coşkulu, samimi olarak, içe dönüklük ise; çekingen, utangaç ve sıkılgan olarak tanımlanmaktadır (*Barrick&Mount*, 1991). Nazik olmak, merhametli olmak, saygın olmak uyumluluk boyutunda yer alırken, uyumsuzluk boyutunda huysuzluk, hırçınlık, şüphecilik yer almaktadır (*Somer*, 1998). Öz disiplin; çalışkan, güvenilir, disiplinli, dakik, düzenli olmayı gerektirirken, dürtüsellik; dağınık, düzensiz, güvenilmez ve dikkatsiz olmayı gerektirmektedir. Nevrotiklik; endişeli, sinirli, duygusal, güvensiz, olarak; duygusal denge de; sakin, özgüveni tam şeklinde nitelendirilmektedir (*Şenyuva*, 2007). Son olarak deneyime açıklık boyutunda meraklı, kreatif, hayal gücü geniş, sayısal düşünebilen özellikleri yer alırken, gelenekçilik boyutu tam tersi bir fonksiyona sahiptir ve sığ bir düşünce potansiyeline sahip, sade ve kurallara bağlı bir yaşam biçimi gibi özellikler sergilemektedir (*Camgöz*, 2009).

Temel dinamiği toplumun her zaman daha fazla tüketmesine dayalı olarak işlerlik gösteren tüketim ekonomisi, internet gibi alışveriş yapılabilecek mecraların da artış göstermesiyle tüketicileri her an sahip oldukları paradan daha fazlasını harcamaya sevk etmektedir. Finansal enstrümanların çeşitlenmesinin önünü açan bu evölüsyon, tüketicinin finansal açıdan güvenli bir liman olarak algıladığı finansal iyilik kavramını doğurmuştur. *Zimmerman* (1995), iyiliği, sağlıklı, mutlu ve özgür olmanın bir hali olarak tanımlamaktadır. Finansal iyilik ise, kişinin kendini finansal açıdan güven içinde algılaması şeklinde tanımlanabilir (*Sunal*, 2012). Ekonomik veya finansal iyilik olarak da adlandırılan bu kavram, bireyin finansal yaşamını geniş bir yelpazede ele almaktadır (*Joo*, 2008). *Williams* (1993), finansal iyiliğin, kişinin finansal durumunun maddi ve maddi olmayan yönlerinin bir işlevi olduğunu ortaya koymaktadır. Finansal iyilik para, gerçek gelir, psişik gelir veya algılanan gelir yeterliliği gibi konuları içermektedir (*Joo*, 2008). Bunun yanı sıra finansal iyilik, fiziksel ve mental sağlık, akademik başarı ve yaşamdan duyulan genel tatminle de ilişkilidir. Dolayısıyla finansal iyilik, kişilerin finansal memnuniyetleri ya da memnuniyetsizlikleri, onların fiziksel ve zihinsel sağlıkları, yaşamdan duydukları haz ve psikolojik uyumları gibi pek çok faktörden etkilenmektedir (*Schoeni&Ross*, 2005). Çalışmanın konusunun bir bölümü olan tüketicilerin kişilik özellikleri ve finansal iyilik hâli arasındaki ilişkinin dayanak noktası burasıdır.

Çalışmanın bir diğer bölümünü ise tüketicilerin kişilik özellikleri ile risk alma tutumu arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Tüketici davranışını etkileyen önemli bir faktör olan kişiliğin yanı sıra risk alma tutumu da tüketici davranışı üzerinde ciddi bir etkiye sahiptir. Zira tüketiciler farklı kişilik özelliklerine sahip olduklarından benzer bir ürünü elde etmek için katlanılacak riske karşı farklı tutum sergileyebilmektedirler. Fransızca “*risque*” ve İtalyanca “*risicare*”, kelimelerinde türeyen ve TDK (Türk Dil Kurumu)’ da zarara uğrama tehlikesi olarak açıklanan risk, Wikipedia’ da, ölçülemeyen, kontrol edilemeyen ve tahmin edilemeyen bir sonuca rağmen karar alma neticesi şeklinde tarif edilmiştir (*Wikipedia*, 01.07.2019). Bir başka tanımda, yaşanan olaylar karşısında o olayla ilgili tehlike etkisini tecrübe etme ihtimali olarak tanımlanmaktadır (*Short*, 1984). Kısaca, risk, bireyin içsel ve dışsal süreçlerini olumsuz etkileyebilecek faktörlerin bir bütünüdür (*Trimpop*, 1994). Araştırmalarda kullanılan risk türleri performans riski, finansal risk, zaman riski, fiziksel risk, sosyal risk ve psikolojik risktir. Konuyla bağlantısı yönünden finansal risk, bir ürünün para harcamaya

değer olmadığı şeklinde açıklanmaktadır (Evans&Berman, 1997). Riskle ilgili yapılan pek çok tanım beraberinde iktisat, psikoloji ve istatistik gibi farklı disiplinlerde riskin daha ziyade kazanma ve kaybetme olasılıkları üzerinde durulmuştur. Pazarlama bilim dalının önemli bir konusu olan tüketici davranışlarında ise, riskin yalnız tüketiciler üzerindeki olumsuz davranışları üzerinde durulmuştur (Dholakia, 2001). Bu açıdan risk, tüketicilerin ürüne gereğinden fazla ödeme yapmaları ile ilgilidir (Kinneary, v.d., 1995). Tüketicilerin pazarlama faaliyetlerine yönelik olumsuz veya şüpheli tutumları, riskin tutum üzerindeki etkisinden hareketle risk alma tutumu kavramını ortaya çıkarmıştır. Risk alma tutumu, genel olarak kişinin içsel ve dışsal süreçlerini etkilediğinden çok yönlü bir davranış biçimidir. Gonzales&Tiffany, (1994), hem kişinin yaşamı açısından hem de sosyal ilişkileri açısından olumsuzlukla sonuçlanabilecek davranışlar olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanımda ise, kayıplar ve kazançlar ile dengelenmiş davranışlar olarak nitelendirilmektedir (Moore&Gullone, 1996). Tüketicilerin risk alma tutumu kişiye, ürüne, duruma vb. pek çok faktöre göre değiştiğinden, çalışmada kişilik özellikleri ile risk alma tutumu arasındaki ilişki bu çıkış noktasından hareketle kurgulanmıştır.

2.LİTERATÜR

Çalışma literatürü, konu gereği kişilik özellikleri ile finansal iyilik ve risk alma tutumu arasındaki ilişki olmak üzere iki kısımda ele alınmıştır.

Davies ve Lea (1995), üniversite öğrencilerinin aşırı borçlanmalarının finansal iyilik hâlini olumsuz etkilediğini bildirmiştir. Sullivan (2012) ve Ross, v.d., (2006), yüksek miktardaki borçlanmaların öğrencilerde yarattığı stres kaynağının kişisel bozukluklara neden olduğu ve bunun finansal iyilik hâlini olumsuz etkilediğini tespit etmişlerdir. Borçlu öğrencilerin kaygı düzeylerinin yüksek olmasının kuvvetle muhtemel olduğu da benzer çalışmalarda ortaya konulmuştur (Roberts v.d., 1998; Stradling, 2001). Kolayca sahip olunabilen bir ödeme aracı olan kredi kartları aynı zamanda harcamaların da artmasına neden olmaktadır. Borç maliyetini artıran söz konusu durum, özellikle gençlerde finansal iyilik hâline negatif tesiri olmaktadır. (Shim, v.d., 2009). Bruggen v.d., (2017), Grable ve Joo (2004) ve Malone v.d., (2010), finansal iyi olma hâlini yaş, cinsiyet, eğitim durumu, aile yapısı gibi değişkenlerin yanında kişisel özelliklerin de etkilediğini savunmuşlardır. Kişilerin uzun vadede borç yükü gibi kötü finansal şartlarla yüz yüze gelmeleri finansal iyilik hâlini olumsuz etkilemektedir (Adams & Moore, 2007). Conger, Rueter & Conger (2000), finansal iyiliğin, kişilerin psikolojik ve fiziksel sağlıkları ve yaşamdan duydukları tatmin ile ilgili olduğunu savunmuşlardır. Norvilitis, v.d., (2003), finansal iyilik hali ölçeğini geliştirmiştir. Bu ölçeğe göre, bireylerin finansal iyilik hâli açısından kendilerini ne şekilde değerlendirdikleri ölçülebilmektedir.

Nicholson, v.d., (2005), risk alma tutumunu açıklarken beklenti teorisine vurgu yapmıştır. Risk davranışlarının bireyler arasında ciddi oranda farklılıklar gösterdiğini belirtmiştir. Çalışmada bireyler heyecan arayanlar, kayıptan kaçınanlar ve riski uyarlayanlar olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. Fenton O' Creevy, Nicholson, Soane ve Willamn (2005), kişilik özelliklerinin etraflıca ele alındığı çalışmada, risk alma tutumunu da incelemişlerdir. Sonuç olarak, duygusal dengesi yüksek, içe dönük ve deneyime açık olan bireylerin daha yüksek finansal performansa sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Staw ve Barsade (1993), pozitif duygulara sahip oldukları için dışa dönük kişilerin daha doğru karar verme yeteneklerinin olduğunu ortaya koymuştur. Eysenck (1985)' e göre, dışa dönük bireyler, tehlikeli durumlara girmekten çekinmeyen, soğukkanlı, girişken ve hızlı karar verebilen kimselerdir (Karancı, Dirik, Yorulmaz, 2007). Saraç ve Kahyaoğlu (2011) ve Erdem (2001), diğer faktörler beraberinde kişilik özelliklerinin de risk alma eğilimi üzerinde etkisinin olduğunu bildirmişlerdir. Mayfield v.d., (2008), cinsiyet ile riskten kaçınma arasında ilişki aradıkları çalışmalarında anlamlı ilişki bulamazken, kadınların erkeklere nazaran riskten uzak durduklarını tespit etmişlerdir. Dohmen v.d., (2005), araştırmalarını örneklem olarak Almanya' da yaşayan yaklaşık 22.000 kişi üzerinde uygulamışlardır. Araştırma sonucunda bütün yaş grubu itibarıyla kadınların erkeklere kıyasla daha az risk üstlenmeye meyilli oldukları tespit edilmiştir. Sitkin ve Pablo (1992), çalışmalarında insanların bilerek risk aldıklarını ortaya koymuşlardır. Bunun gerekçesini de riskten beklenen kısmi faydaya dayandırmaktadırlar. Kişilik özelliklerine ailenin de etkisi olduğu anlayışından hareketle, finansal yatırımla ilgisi olan ailelerin çocuklarının da yatırımlarını erken yaşlarda yaptıkları tespit edilmiştir. (Research Department Investment Company Institute, 1993). Kimlik kazanma süreciyle ilgilenmeyen dağınık kimlik statüsündeki bireylerin risk alma tutumlarına başvurma eğilimleri daha yüksektir (Marcia, 1980). Kaplan, v.d., (1974), tüketicilerin satın alma esnasında finansal, psikolojik, sosyal, performans ve fiziksel olmak üzere beş tür risk algıladıklarını bildirmiştir. Tüketicilerin bir işi gönüllü yapmaları ile yapmamaları arasında da risk alma eğilimi açısından farklılıklar mevzu bahistir. Gönüllü faaliyetlerde daha az risk algısı söz konusu iken, isteksiz faaliyetlerde daha çok risk algısı söz konusudur (Mowen&Minor, 2001).

3.METODOLOJİ

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın metodolojisine ilişkin bilgilere yer almaktadır. Aşağıda ilk olarak araştırmanın amacı ve önemi belirtilmiştir. Akabinde araştırmada kullanılan yöntem ve kapsam üzerinde durulmuş ve son olarak da araştırmanın kısıtlarına yer verilmiştir.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın temel amacı, tüketicilerin kişilik özellikleri ile finansal iyilik hali ve risk alma tutumları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Söz konusu temel amaç yanında, çalışmada ayrıca tüketicilerin demografik özelliklerine göre finansal iyilik hali ve risk alma tutumlarının farklılaşp farklılaşmadığının tespit edilmesi de çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Yapılan literatür taraması sonucunda, tüketicilerin kişilik özellikleri ile finansal iyilik halleri ve risk alma tutumları arasındaki ilişkinin aynı anda incelendiği bir araştırmaya rastlanamamıştır. Bu açıdan çalışma sonucunda ulaşılan bulgularla literatüre katkı yapılacağı düşünülmektedir. Bu durum çalışmanın önemini daha da arttırmaktadır.

3.2.Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Araştırmada yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak anket yöntemi uygulanmıştır. Uygulanan anket formları dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik 10 ifade, ikinci bölümde katılımcıların kişilik özelliklerini tespit etmeye yönelik 44 ifade, üçüncü bölümde finansal iyilik halinin tespit edilmesine yönelik 10 ifade ve anket formunun son kısmını oluşturan dördüncü bölümde katılımcıların risk alma tutumlarını tespit etmeye yönelik 22 ifade yer almaktadır. Katılımcıların kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla John ve Srivastava (1999); John, Naumann&Soto (2008) tarafından geliştirilen “The Big Five Inventory” ölçeği kullanılmıştır. “The Big Five Inventory” ölçeği, dışadönüklük boyutu (8 ifade), uyumluluk boyutu (9 ifade), özdisiplin boyutu (9 ifade), nevroitiklik boyutu (8 ifade), deneyime açıklık boyutu (10 ifade) olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Risk alma tutumu için Sjöberg ve Engelberg (2009) tarafından geliştirilmiş ve Uçar (2014) tarafından Türkçe’ye uyarlanmış ölçekten yararlanılmıştır. Son olarak bireysel finansal özgüven ve finansal mutluluk duygularını ölçmek amacıyla Norvilitis, Szablicki ve Wilson (2003) tarafından geliştirilen finansal iyilik ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerde 0.80’ in üzerinde yüksek güvenilirlik tespit edilmiştir.

Katılımcılara demografik özellikleri tespit etmeye yönelik olanlar hariç diğer ifadelerde 5’ li likert ölçeği şeklinde katılımcıların cevap vermeleri istenmiştir. Çalışmanın kapsamı üniversite öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur. Bu bağlamda Selçuk Üniversitesi’nin farklı birimlerinde öğrenci olan 200 öğrenci araştırma kapsamına alınmıştır. Türkiye’de mevcut tüm üniversite öğrencilerinin araştırma kapsamına alınmak istemesinin zaman, maliyet ve fiziki imkânsızlıklarından ötürü araştırmanın kapsamı Türkiye’nin köklü ve öğrenci sayısı olarak en büyük üniversitelerinden birisi olan Selçuk Üniversitesi ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 25.0 programı yardımı ile analiz edilmiştir. Ampirik analizlerde güvenilirlik analizleri ve normallik testleri uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin normal dağılmasından dolayı t-testi ve pearson korelasyon yöntemlerinden yararlanılmıştır.

3.3.Bulgular

Çalışmanın bu kısmında araştırma kapsamında yapılan uygulama sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri

| | Değişkenler | N | % |
|---|--|-----|------|
| Cinsiyet | Kadın | 108 | 54,0 |
| | Erkek | 92 | 46,0 |
| Girişimcilik Dersi Aldınız mı? | Evet | 50 | 25,0 |
| | Hayır | 150 | 75,0 |
| Üniversiteden mezun olduktan sonra ne yapacaksınız? | İmkan bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 52,0 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 48,0 |
| Babanızın işi | Kendi işinde çalışmakta | 97 | 48,5 |
| | Ücretli olarak kamu ya da özel sektörde çalışmakta | 103 | 51,5 |

Tablo 1’ de katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir. Tablo 1’ de görüldüğü üzere araştırmaya katılan katılımcılardan 108 kişisi kadın, 92 kişisi ise erkektir. Kadın katılımcılar araştırmaya katılanların %54’ lük kısmını oluştururken, erkek katılımcılar %46’ lık kısmı oluşturmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık yarısı imkân bulursa kendi işini kurmak istediği ve babaları ücretli olarak kamu ya da özel sektörde çalıştığı anlaşılmaktadır. Son olarak öğrencilerin %75’ i girişimcilik dersi almamıştır.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyete Göre Risk Alma Tutumunun, Finansal İyilik Hâlinin ve Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması

| Ölçekler | Gruplar | N | \bar{X} | Ss | T | P |
|-------------------------------------|---------|-----|-----------|--------|-------|-------|
| Risk Alma Tutumu | Kadın | 108 | 3,3981 | ,71899 | 2,793 | 0,006 |
| | Erkek | 92 | 3,1472 | ,51463 | | |
| Finansal İyilik Hâli | Kadın | 108 | 3,0815 | ,80549 | 2,06 | 0,041 |
| | Erkek | 92 | 2,8598 | ,69977 | | |
| Beş Faktör Kişilik Envanteri | | | | | | |
| Dışa Dönüklük | Kadın | 108 | 3,4016 | ,58357 | 0,295 | 0,768 |
| | Erkek | 92 | 3,3777 | ,55624 | | |
| Uzlaşılabilirlik | Kadın | 108 | 3,2106 | ,52050 | 1,184 | 0,238 |
| | Erkek | 92 | 3,1209 | ,55018 | | |
| Öz Disiplin | Kadın | 108 | 3,3621 | ,69586 | 1,786 | 0,076 |
| | Erkek | 92 | 3,2065 | ,50087 | | |
| Nevrotiklik | Kadın | 108 | 3,2049 | ,55257 | 1,309 | 0,192 |
| | Erkek | 92 | 3,1101 | ,45575 | | |
| Deneyime Açıklık | Kadın | 108 | 3,4315 | ,56298 | 0,877 | 0,382 |
| | Erkek | 92 | 3,3620 | ,55447 | | |

Tablo 2’ de katılımcıların cinsiyete göre risk alma tutumu, finansal iyilik hâli ve kişilik özellikleri t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin cinsiyete göre risk alma tutumu ve finansal iyilik hâli ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Başka bir ifade ile erkek öğrencilerin, kız öğrencilere göre risk alma tutumu algısı ve finansal iyilik hâli algısı daha yüksektir. Buna karşın katılımcıların cinsiyete göre beş faktör kişilik envanteri farklılaşmamaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 3: Katılımcıların Girişimcilik Dersi Alma Durumuna Göre Risk Alma Tutumunun, Finansal İyilik Hâlinin ve Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması

| Ölçekler | Gruplar | N | \bar{X} | Ss | T | P |
|-------------------------------------|---------|-----|-----------|--------|-------|-------|
| Risk Alma Tutumu | Evet | 50 | 3,3391 | ,82215 | 0,714 | 0,476 |
| | Hayır | 150 | 3,2639 | ,57469 | | |
| Finansal İyilik Hâli | Evet | 50 | 3,1440 | ,87182 | 1,765 | 0,079 |
| | Hayır | 150 | 2,9247 | ,72064 | | |
| Beş Faktör Kişilik Envanteri | | | | | | |
| Dışa Dönüklük | Evet | 50 | 3,5275 | ,56935 | 1,975 | 0,05 |
| | Hayır | 150 | 3,3450 | ,56456 | | |
| Uzlaşılabilirlik | Evet | 50 | 3,2625 | ,62793 | 1,425 | 0,156 |
| | Hayır | 150 | 3,1383 | ,49856 | | |
| Öz Disiplin | Evet | 50 | 3,4733 | ,85914 | 2,447 | 0,015 |
| | Hayır | 150 | 3,2296 | ,50133 | | |
| Nevrotiklik | Evet | 50 | 3,2600 | ,66425 | 1,583 | 0,115 |
| | Hayır | 150 | 3,1283 | ,44683 | | |
| Deneyime Açıklık | Evet | 0 | 5360 | 7985 | 2,01 | ,046 |
| | Hayır | 0 | 3540 | 4596 | | |

Tablo 3’ te katılımcıların girişimcilik dersi alma durumuna göre risk alma tutumu, finansal iyilik hali ve kişilik özellikleri t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin girişimcilik dersi alma durumuna göre risk alma tutumu ve finansal iyilik hâli ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Başka bir ifade ile girişimcilik dersi alan ve girişimcilik dersi almayan öğrencilerin risk alma tutumu algısı ve finansal iyilik hâli algısı birbiri ile eşittir. Benzer bir şekilde katılımcıların girişimcilik dersi alma durumuna göre beş faktör kişilik envanteri “uzlaşılabilirlik” ve “nevrotiklik” boyutları farklılaşmamaktadır ($p>0,05$). Buna karşın “dışa dönüklük”, “öz disiplin” ve “deneyime açıklık” boyutları girişimcilik dersi alma durumuna göre değişmektedir ($p<0,05$). Yani, girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik dersi almayan öğrencilere göre “dışa dönüklük”, “öz disiplin” ve “deneyime açıklık” gibi kişilik özellikleri daha yüksektir.

Tablo 4: Katılımcıların Mezun Olduktan Sonra Yapacakları İşe Göre Risk Alma Tutumunun, Finansal İyilik Hâlinin ve Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması

| Ölçekler | Gruplar | N | \bar{X} | Ss | T | P |
|-------------------------------------|---|-----|-----------|--------|--------|-------|
| Risk Alma Tutumu | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 3,3505 | ,62651 | 1,555 | 0,122 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 3,2093 | ,65789 | | |
| Finansal İyilik Hali | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 2,9740 | ,71706 | -0,105 | 0,917 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 2,9854 | ,81731 | | |
| Beş Faktör Kişilik Envanteri | | | | | | |
| Dışa Dönüklük | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 3,4591 | ,57042 | 1,779 | 0,077 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 3,3164 | ,56282 | | |
| Uzlaşılabilirlik | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 3,1815 | ,54968 | 0,333 | 0,74 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 3,1563 | ,52094 | | |
| Öz Disiplin | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 3,3504 | ,71352 | 1,431 | 0,154 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 3,2257 | ,48805 | | |
| Nevrotiklik | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 3,2019 | ,53128 | 1,172 | 0,243 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 3,1172 | ,48761 | | |
| Deneyime Açıklık | İmkân bulursam kendi işimi kurmak isterim | 104 | 3,4452 | ,56840 | 1,205 | 0,23 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmak isterim | 96 | 3,3500 | ,54676 | | |

Tablo 4’ te katılımcıların mezun olduktan sonra yapacakları işe göre risk alma tutumu, finansal iyilik hâli ve kişilik özellikleri t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin mezun olduktan sonra yapacakları işe göre risk alma tutumu, finansal iyilik hâli ve kişilik envanteri ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Yani mezun olduktan sonra kendi işini kurmak isteyenler ile ücretli olarak çalışmak isteyenlerin risk alma tutumu algısı, finansal iyilik hâli algısı ve kişilik özellikleri birbiri ile benzerdir.

Tablo 5: Öğrenci Babalarının İşine Göre Risk Alma Tutumunun, Finansal İyilik Hâlinin ve Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması

| Ölçekler | Gruplar | N | \bar{X} | Ss | T | P |
|-------------------------------------|--|-----|-----------|--------|--------|-------|
| Risk Alma Tutumu | Kendi işini yapmakta. | 97 | 3,2573 | ,74735 | -0,542 | 0,589 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 3,3067 | ,53137 | | |
| Finansal İyilik Hali | Kendi işini yapmakta. | 97 | 2,9876 | ,77194 | 0,145 | 0,884 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 2,9718 | ,76189 | | |
| Beş Faktör Kişilik Envanteri | | | | | | |
| Dışa Dönüklük | Kendi işini yapmakta. | 97 | 3,3814 | ,61724 | -0,221 | 0,826 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 3,3993 | ,52425 | | |
| Uzlaşılabilirlik | Kendi işini yapmakta. | 97 | 3,1662 | ,56213 | -0,08 | 0,936 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 3,1723 | ,51065 | | |
| Öz Disiplin | Kendi işini yapmakta. | 97 | 3,2864 | ,77825 | -0,093 | 0,926 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 3,2945 | ,41653 | | |
| Nevrotiklik | Kendi işini yapmakta. | 97 | 3,2075 | ,57985 | 1,242 | 0,216 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 3,1177 | ,43542 | | |
| Deneyime Açıklık | Kendi işini yapmakta. | 97 | 3,4165 | ,56175 | 0,417 | 0,677 |
| | Kamu ya da özel sektörde ücretli çalışmakta. | 103 | 3,3835 | ,55820 | | |

Tablo 5’ te öğrenci babalarının işine göre risk alma tutumu, finansal iyilik hâli ve kişilik özellikleri t-testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde öğrencilerin öğrenci babalarının işine göre risk alma tutumu, finansal iyilik hâli ve kişilik envanteri ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Şu şekilde de ifade edilebilir ki, babası kendi işinde çalışanlar ve ücretli olarak çalışanların risk alma tutumu algısı, finansal iyilik hâli algısı ve kişilik özellikleri birbiri ile benzerdir.

Tablo 6: Kişilik Özellikleri ile Risk Alma Tutumu ve Finansal İyilik Hali Arasındaki İlişki

| | Risk Alma Tutumu | Finansal İyilik Hâli |
|----------------------|------------------|----------------------|
| Risk Alma Tutumu | 1 | ,177* |
| Finansal İyilik Hâli | ,177* | 1 |
| Dışa Dönüklük | ,202** | ,148* |
| Uzlaşılabilirlik | ,200** | ,230** |
| Öz Disiplin | ,175* | ,229** |
| Nevrotiklik | -,300** | -,194** |
| Deneyime Açıklık | ,258** | ,215** |

Tablo 6’ da kişilik özellikleri ile risk alma tutumu ve finansal iyilik hâli arasındaki ilişki pearson korelasyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları incelendiğinde risk alma tutumu algısı açısından deneyime açıklık, uzlaşılabilirlik, dışa dönüklük boyutları ile pozitif ve güçlü bir ilişki, buna karşın nevroitiklik ile negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Finansal iyilik hâli bakımından deneyime açıklık, uzlaşılabilirlik, öz disiplin boyutları ile pozitif ve güçlü bir ilişki buna karşın nevroitiklik boyutu ile negatif ilişkiye ulaşılmıştır.

SONUÇ

Bu araştırmada tüketicilerin kişilik özellikleri ile finansal iyilik hâli ve risk alma tutumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada ayrıca tüketicilerin demografik özelliklerine göre kişilik özellikleri, finansal iyilik hâli ve risk alma tutumlarının farklılaşp farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu amaç doğrultusunda Selçuk Üniversitesinde öğrenim gören 200 öğrenci üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kişilik özellikleri (Five Factor), finansal iyilik hâli ve risk alma tutumu ölçekleri kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS 25.0 programı yardımı ile analiz edilmiştir. Ampirik analizlerde güvenilirlik analizleri

ve normallik testleri uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin normal dağılmasından dolayı t-testi ve pearson korelasyon yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin cinsiyete göre risk alma tutumu ve finansal iyilik hâli ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Yani erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre risk alma tutumu algısı ve finansal iyilik hâli algısı daha yüksektir. Buna karşın katılımcıların cinsiyete göre beş faktör kişilik envanteri farklılaşmamaktadır. Ayrıca “dışa dönüklük”, “öz disiplin” ve “deneyime açıklık” boyutlarının girişimcilik dersi alma durumuna göre farklılaştığı belirlenmiştir. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik dersi almayan öğrencilere kıyasla “dışa dönüklük”, “öz disiplin” ve “deneyime açıklık” kişilik özellikleri daha yüksek çıkmıştır. Bununla birlikte öğrencilerin mezun olduktan sonra yapacakları işe ve babalarının işine göre risk alma tutumları, finansal iyilik hâli ve kişilik envanteri ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. Buradan hareketle, öğrencilerin mezun olduktan sonra yapmak istedikleri iş ve babalarının mesleğinin risk alma tutumunda, finansal iyilik hâlinde ve kişilik envanterinde çok da etkisinin olmadığı şeklinde bir yorum yapılabilir.

Araştırmada tespit edilen bir diğer önemli bulgu ise, risk alma tutumu algısı perspektifinden deneyime açıklık, uzlaşabilirlik ve dışa dönüklük boyutları ile pozitif ve güçlü bir ilişkinin varlığı dikkat çekmiştir. Diğer taraftan risk alma tutumu algısı ile nevroitiklik boyutu arasında da negatif yani olumsuz bir ilişki söz konusudur. Ortaya çıkan bu ilişki göstermektedir ki, deneyim kazanmak isteyen, insancıl ilişkilerde daha sıcak-samimi ve çevresiyle iletişim halinde olan bireylerin risk alma tutumları daha yüksektir. Ama bunun tam tersi davranış sergileyen –sinirsellik gibi- bireylerin risk almadıkları ya da daha az risk üstlendikleri anlaşılmaktadır. Finansal iyilik hâli bakımından ise, deneyime açıklık, uzlaşabilirlik, öz disiplin boyutları ile pozitif ve güçlü bir ilişkiye erişilmiş ancak nevroitiklik boyutu ile negatif ilişkiye ulaşılmıştır. Bu da demek oluyor ki, tecrübe kazanmaya hevesli, daha yapıcı, sosyal yönü yüksek ve disipline edilmiş bir yaşamı tercih eden bireylerin finansal iyilik hâlleri yüksektir. Ama agresif, içine kapanık, insancıl ilişkileri zayıf ve öz disiplini düşük bir yaşam süren bireylerin finansal iyilik hâlleri de düşüktür.

Sosyal bilimler alanında yapılan tüm bilimsel çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da bir takım kısıtları mevcuttur. Öncelikle, araştırmanın Türkiye’de bulunan tüm üniversite öğrencilerine yönelik yapılması aşırı kaynak, maliyet ve zaman külfeti yüklemektedir. Bu kısıt dolayısıyla araştırma kapsamına Selçuk Üniversitesinde okuyan 200 öğrenci alınmıştır. Bu açıdan, araştırma neticesinde ortaya çıkan sonuçlar araştırmanın yapıldığı üniversiteyi bağlamaktadır. Dolayısıyla tüm üniversite öğrencilerini genelleyecek şekilde yorumlanması yanlış sonuçlar doğurabilecektir. Zira araştırmada uygulanan anket formlarının farklı üniversitelerde ve farklı sayılarda öğrenci üzerine uygulanması farklı sonuçlar ortaya çıkarabilecektir. Bundan sonra buna benzer yapılacak çalışmalarda, üniversite sayılarının ve öğrenci sayılarının artırılıp çalışmanın daha farklı üniversitelerde ve daha fazla sayıdaki öğrenci üzerinde yürütülmesi daha sağlıklı sonuçlar alınması adına önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Adams, T., Moore, M. (2007). High-Risk Health And Credit Behavior Among 18- To 25 Year-Old College Students, *Journal of American College Health*, 56(2), 101–108.
- Barrick, M.R. & Mount, M.K. (1991). “The big five personality dimensions and job performance. A meta analysis”, *The Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Bruggen , E., Hogreve, J., Holmlu, M., Kabadayi, S., Löfgren, M. (2017). Financial well-being: a conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79, 228-237.
- Butler, W.E. (1986). Personality, <http://www.hermetics.org/kisilik.html>, 27.06.2019.
- Camgöz, S. M. (2009). “Kişilik Özelliklerinin A- Tipi Fon Yöneticilerinin Seçicilik ve Zamanlama Becerileri Üzerine Etkileri”, *İktisat İşletme ve Finans*, 24(284), 109-141.
- Conger, K. J., Rueter, M. A., Conger, R. D, (2000), The Role of Economic Pressure in the Lives of Parents and Their Adolescents: The Family Stress Model, *Child Developmental*, 65 (2), 541- 561.
- Davies, E., Lea, S.E.G. (1995) “Student Attitudes to Atudent Debt” *Journal of Economic Psychology*, 16, 663- 679.
- Dholakia, U. (2001). A motivational process model of product involvement and consumer risk perception. *European Journal of marketing*, 35(11/12), 1340-1362.
- Dohmen, Thomas, Armin Falk, David Huffman, Uwe Sunde, Jürgen Schupp ve Gert G.Wagner (2005). “Individual Risk Attitudes: New Evidence from a Large, Representative, Experimentally-Validated Survey”, *IZA Discussion Paper*, No. 1730, September.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans ilişkisine kültürel yaklaşım. *Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 43-61.
- Evans, J.R., Berman, B. (1997). *Marketing*, 7th. Edition, Prentice Hall International.
- Fenton O’ Creevy, M., Nicholson, N., Soane, E., & Willamn, P. (2005). *Traders, managing risks and decisions financial markets*, Oxford University Press, USA.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative “Description of Personality”: The Big-Five factor structure”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216-1229.
- Gonzales, J., & Tiffany, F. (1994). Adolescents perceptions of their risk taking behavior. *Adolescence*, 29(13), 701-711.
- Grable , J. E., Joo, S. (2004). Environmental and biophysical factors associated with financial risk tolerancex. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 15(1), 73-82.
- Horzum, M. B., Ayas, T. & Padır, M. A. (2017). “Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması”, *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 398-408.
- <https://www.iienstitu.com/blog/kisilik-nedir>, (25.06.2019)
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Risk>, (01.07.2019).
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research*, 2,102–138.
- Joo, S. (2008). “Personal Financial Wellness”, *Handbook of Consumer Finance Research*. Kahneman, D., & Riepe, M. (1998). “Aspects of inventor psychology”, *Jornal of Portfolio Management*, 24, 52-67.
- Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., ve Jacoby, J. (1974), “Compenents of Perceived Risk inProduct Purchase: a Cross-Validation” , *Journal of Applied Psychology*, 59(3), 287-291.
- Karancı, A. N., Dirik, G., Yorulmaz, O. (2007). Eysenck Kişilik Anketi -Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Formunun (EKA-GGK) Türkçe Adaptasyonu, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 18(3), 1-8.
- Kinnear, T.G., Berhhart, K.L., Krentler, K. A. (1995). *Principles of Marketing*, 4th. Edition, Harper Collins College Puplichers.
- Malone, K., Stewart, S., Wilson, J., Korschi, P. (2010). Perceptions of financial well-being among American women in diverse families. *Journal of Family and Economic Issues*, 31(1), 63–81.
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. In J. Adelson (Ed.).*Handbook of adolescent psychology*, New York: Wiley, 159–187.
- Mayfield C., Perdue G., Wooten K., (2008), “Investment Management and Personality Type”, *Financial Services Review*, 17 (3), 219-236.
- McCrae, R.R., Costa, P.T. (1987). “Validation of the five-factor model across instruments and observers”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 81-90.
- McCrae, R.R., Costa, P.T. (1989). “Reinterpreting the Myers-Briggs type indicator fromthe perspective of the five-factor model of personality”, *Journal of Personality*, 57, 17-40.
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). “An introduction to the five factor model and its applications”, *Journal of Personality*, 60, 175-215.
- Moore, S., & Gullone, E. (1996). Predicting adolescent riskbehavior using a personalized cost benefit analysis. *Journal of Youth andAdolescence*, 25(11), 343-359.
- Mowen, J.C., Minor, M.S. (2001). *Consumer Behaviour: A Framework*, Prentice-Hall, 1st Ed., United States of America.
- Nicholson N., Soane E., Fenton-O’Creevy M., Willman P., (2005),“Personality and Domain-Specific Risk Taking”, *Journal of Risk Research*, 8(2), 157-176.

- Norvilitis, J. M., Szablicki, P. B., & Wilson, S. D. (2003). Factors influencing levels of credit-card debt in college students. *Journal of Applied Social Psychology*, 33(5), 935-947.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2014). *Tüketici Davranışı*, 14. Baskı, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Research Department Investment Company Institute (1993), "Piecing Together Shareholder Perceptions of Investment Risk", 1-61.
- Roberts, R., Golding, J., and Towell, T. (1998) "Student Finance and Mental Health" *The Psychologist*, 489-491.
- Ross, S. C., Macleod, M.J. (2006) "Stress, Debt and Undergraduate Medical Student Performance" *Medical Education*, 40(6), 584-589.
- Ryckman, R. M. (2008). *Theories of Personality* (9. Edition). California: Thomson Wadsworth.
- Saraç, M., Kahyaoğlu, M. (2011). Bireysel yatırımcıların risk alma eğilimine etki eden sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin analizi. *Journal of BRSA Banking & Financial Markets*, 5(2), 135- 157.
- Schoeni, R.F., & Ross, K. E, (2005). "Material Assistance from Families during the Transition to Adulthood", University of Chicago Press, Chicago, 396-416.
- Shim, S., v.d., (2009). Pathways to life success: A conceptual model of financial well-being for young adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(6), 708-723.
- Shoaf, F.R., Scatone, J., Morrin, M. & Maheswaran, D. (1995). "Gender Differences in Adolescent Compulsive Consumption", *Advances in Consumer Research*, 22, 500-504.
- Short, J. (1984). The social fabric at risk: Toward the social transformation of risk analysis. *American Sociological Review*, 49(6), 711-725.
- Sitkin S. B., Pablo A. L., (1992), "Reconceptualizing the determinants of risk behavior", *Academy of Management Review*, 17 (1), 9-38.
- Sjöberg L., Engelberg E. (2009). "Attitudes to economic risk taking, sensation seeking and values of business students specializing in finance", *Journal of Behavioral Finance*, 10 (1), 33- 43.
- Somer, O. (1998). "Türkçe' de kişilik özelliği tanımlayan sıfatların yapısı ve beş faktör modeli", *Türk Psikolojisi Dergisi*, 13, 17-32.
- Staw, B., & Barsade, S. (1993). Affect and managerial performance: A test of the sadder- but-wiser vs. happier and smarter hypotheses, *Administrative Science Quarterly*, 38, 304-331.
- Stradling, S. (2001) "The Psychological Effects of Student Debt" Scott, A. Lewis and S. Lea (eds.) *Student Debt: The Causes and Consequences of Undergraduate Borrowing in the UK*, Bristol, The Policy Press.
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D. and Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being?. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30-38.
- Sullivan, M. S. (2012), A Study of The Relationship Between Personality Types and The Acceptance of Technical Knowledge Management Systems (Tkms), (Doctor of Philosophy, Capella University), 1-149.
- Sunal, O. (2012). "Finansal İyilik Hali Ölçeği (FİHÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Ege Akademik Bakış*, 12(2), 209-214.
- Şenyuva, H.Şenay (2007). "Aydın İlinden Alınan Normal Bir Örnekte Kişilik Bozukluklarının Yaygınlık Çalışması", (Psikiyatri Uzmanlık Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Tenekecioğlu, B. (2009). *Pazarlama Yönetimi*, 7. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi web-Ofset Tesisleri.
- Tigges, P., Riegert, A., Jonitz, L., Brengelman, J. & Engel, R. (2000). "East behavior of East and West Germans in handling personal finances", *Journal of Psychology and Financial Markets*, 1(2), 127-134.
- Trimpop, R.M. (1994). *The psychology of risk taking behavior*. Amsterdam: Elsevier.
- Zimmerman, S. L. (1995). "Understanding family policy: Theories and applications", (second ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Yaşam Doyumunun Yordayıcısı Olarak Boş Zaman Tatmini

Predictive Role Of Leisure Time Satisfaction On Life Satisfaction

Tolga GÜL*

ÖZ

Bu araştırmanın amacı bir sahil şerhi olan Alanya'da üniversite okuyan öğrencilerin, boş zaman tatminlerinin yaşam doyumuna etkisinin belirlenmesi ve bunlar arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırma 2018-2019 eğitim öğretim yılı içerisinde Alanya Alaaddin Keykubat üniversitesinde okuyan toplam 12,122 öğrenciden evrenini temsil etmesi düşünülen toplam 335 öğrenci araştırmaya katılmıştır. Araştırma kapsamında öğrencilerin boş zaman tatminlerinin yaşam doyumlarına olan etkisi ile birbirleriyle olan ilişkisine yönelik veri temin edilmiştir. Verilerin elde edilmesinde Boş Zaman Tatmin ölçeği ile yaşam doyum ölçeği kullanılmıştır. Ayrıca ankette yer alan demografik ve kişisel sorulardan elde edilen verilere göre boş zaman tatmini ve yaşam doyumuna ilişkin öğrenci görüşleri arasındaki farklar da incelenmiştir. Araştırmada regresyon ve korelasyon analizi ile Farklılıkların belirlenmesi için değişken sayısına göre Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleri de kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizine göre boş zaman tatmininin, yaşam doyumuna anlamlı bir etkisi olduğu, korelasyon analizine göre boş zaman doyumunu ile yaşam doyumunu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Boş zaman tatmini ve yaşam doyumunu elde etmede cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, uyku süresi bakımından gruplar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Boş zaman, Boş Zaman Tatmini, Yaşam Doyumu, Rekreasyon

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of leisure satisfaction on life satisfaction of university students in Alanya, where is coastal area, and to investigate the relationship between them. The research was carried out in a total of 335 inquiries which are thought to represent the universe of 12,122 students studying at Alanya Alaaddin Keykubat University in 2018-2019 academic year. Within the scope of the research, data on the effect of leisure time satisfaction on life satisfaction and the relationship between each other were provided. Leisure satisfaction and life satisfaction scale were used to obtain the data. Besides, the differences between the opinions of students about leisure satisfaction and life satisfaction were examined according to the data collected from the demographic and personal questions in the survey. In the study, Man Whitney U and Kruskal Wallis tests were used to determining the differences by regression and correlation analysis. According to the regression analysis, it was found that the satisfaction of leisure time had a significant effect on life satisfaction, and according to the correlation analysis, it was determined that there was a positive relationship between leisure time satisfaction and life satisfaction. No significant differences were found between the groups in terms of gender, age, education level, and sleep duration in obtaining leisure satisfaction and life satisfaction.

KEYWORDS

Leisure time, Leisure time Satisfaction, Life Satisfaction, Recreation

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|--|
| 01.06.2019 | 24.11.2019 |
| Atıf | Gül, T. (2019). Yaşam Doyumunun Yordayıcısı Olarak Boş Zaman Tatmini. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 914-930. |

* Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, tolga.gul@alanya.edu.tr, ORCID:0000-0002-5218-082X

GİRİŞ

Varoluşun bir sonucu olarak günde 24 saatlik “zaman”, tüm insanlara eşit olarak sunulmuştur. Bu yönüyle “Zaman” paha biçilmez, iktisadi anlamda değerli olan kıt bir kaynaktır. Yani; depolanamaz, satılamaz, hızlandırılmaz ve yavaşlatılmaz (Gajewska ve Piskrzyńska, 2017: 58). Ancak insanlığa sunulan bu 24 saatlik zamanın tamamı, insanlar tarafından aynı oranda faydalı bir şekilde kullanılmamaktadır. Bu durumdan ötürü birçok insan, sahip olduğu zamanın ne kadar değerli olduğunun farkında olmasına rağmen, zamanı doğru yönetememektedir. Sonuç olarak normal birey, sabahın erken saatlerinden akşamın karanlığına kadar zorunlu olarak hayatını işe, ders çalışmaya ve benzeri faaliyetlere tahsis eder (Hamid, Ahmad ve Wang, 2016: 729).

Yirmi birinci yüzyıl dünyasında çalışma ve serbest zamandan arta kalan sürede, rekreatif etkinlikler gerçekleştirmek insanlara motivasyon, mutluluk ve yaşama doyumuna ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Yani bireylerin boş zamanlarında gerçekleştirdikleri faaliyetler yaşamda ayrılmaz bir parçasıdır. Yaşamdaki boş zamanları iyi planlamak ve faaliyetlerle doldurmak, bireyin iyi bir yaşam sürmesine yardımcı olabilir. Bu bağlamda bilimsel çalışma yapan; Wang vd. (2008), Gökçe (2008), Lapa, (2013), Argan vd. (2013), Kılıç vd. (2016), Muzindutsi, ve Masango (2015), Yaşartürk vd. (2017), Yürcü (2017), Freire ve Teixeira (2018) ve Tepeköylü Öztürk (2019) araştırmacılar, ulaştıkları sonuçlara göre boş zamandan elde edilen tatminin, bireyleri stres, kaygı, monotonluk ve mutsuzluktan kaynaklanan olumsuzluklardan uzaklaştırarak yaşam doyumunu elde ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Sonuç olarak hayattan yaşam doyumunu elde etme, bireyin fizyolojik ve psikolojik sağlığıyla doğrudan ilişki içerisinde olduğu söylenebilir. Yani özet olarak bireylerin eğitimi, beslenme biçimi, yaptığı faaliyet, çalışma ortamı, psikolojik durumu, estetik algısı ve benzeri tüm etkenler ruhsal ve bedensel hayatlarını etkilemektedir (Yaşartürk vd., 2018: 134).

Gençler için boş zaman faaliyetleri, özellikle kişisel ve toplum gelişimi ile ilgili olduğu kadar, kamu ve özel sektör alanında ileride ihtiyaç duyulacak yetişmiş işgücünün sağlanması bakımından önemlidir. Bu yönüyle boş zaman faaliyetleri en temelde sağlık, riskli davranışımı azaltma, eğitim, istihdam ve siyasi katılım gibi sağladığı faydalarla devletlerin gençlik politikasının temelini oluşturmaktadır. Aslında bu durum, insan kaynağını geliştirmenin temelini oluşturarak, sivil ve ekonomik kalkınma hedeflerin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Bu, insanların dünya üzerinde çalışma hayatına hazırlığın son dönemi olan üniversite dönemi bireylerin kişiliklerinin geliştirmedeki son istasyondur. Bu yönüyle üniversiteler öğrencileri için, sosyal ve akademik yaşamın dengelenmesi bakımından karmaşık bir yapıya sahiptir. Üniversite kampüsleri eğitimin yanında öğrencilerin eş zamanlı olarak sosyal yaşama katılımı da sağlayarak, öğrenciler için rekreatif faaliyetlere katılmayı da sağlamalıdır (Muzindutsi, ve Masango, 2015: 34).

Sonuç olarak sayfıye bölgesinde üniversite okuyan öğrenciler, boş zaman tatminlerinin yaşam doyumlarına olan etkisinin incelenmesi ve aralarında olan ilişkinin belirlenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, tüm dünyada bir turizm destinasyonu olarak bilinen Alanya'nın bireylerin boş zamanlarını değerlendirilmek üzere geldiği bir eğlence ve dinlenme yani, bir rekreatif çekim merkezi olması, bu destinasyonda okuyan öğrenciler için boş zamanları tatmin etme düzeyi ile yaşam doyumlarına olan katkısını belirlemek bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Araştırmanın Alanya sınırlarında bulunan bir üniversitede yapılması ayrıca önemlidir. Araştırma Alanya'da bulunan üniversite kampüsündeki öğrencilerin boş zaman tatminlerinin yaşam doyumuna olan etkisini belirlenmesi ve demografik değişken, kişisel ve rekreatif davranış farklılıklarına göre boş zaman tatmini ve yaşam doyumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi bakımından da önemlidir.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Boş zaman, insanın varoluşu için gerekli olanların ötesinde biyolojik olarak yapılması gereken şeyleri yani; yeme-içme, uyumak, kişisel bakım, boşaltım, temizlenmek, yok etmek, ilaçlamak ve benzeri faaliyetlerin ötesinde hedonist arzulara yönelik yapılan faaliyetler için harcanan zamandır. Boş zaman isteğe bağlı zaman, kendi kararımıza veya tercihimize göre kullanılan, süreç olarak zorlama duyguların en düşük düzeyde olduğu zaman olarak tanımlanabilir (Brightbill, 1960: 4). Avustralya Sağlık Bakanlığının (1980) “Recreation Working Paper” da yayımlanan Physical Education and Recreation/Royal Australian Institute of Parks and Recreation adlı makalede “Boş Zaman” (Leisure Time), teorik olarak zorunlu olmayan zaman ve istekli iyimserlik ile nitelendirilen bir zihinsel durum olarak açıklanmaktadır. Boş zaman bu yönüyle bakıldığında içerisinde bir aktif olarak bir faaliyette bulunmak zorunluluk değildir. Temel nosyon, bireyin içinde bulunduğu ortamındaki öğelerle barışçıl ve üretken bir arada varoluşu teşvik eden bir tutum içerisinde bulunmasıdır (Veal, 1992: 45). Alanyazında boş zaman üzerinde ilk tanımlama yapan yazarlardan; Torshtain Veblen (1899) boş zamanı, toplum içerisinde sınıf ayrımını sağlayan bir araç ve üst sınıfa dâhil olmanın sembolü olduğunu belirtmektedir. De Grazia (1962) boş zamanlarını ütopyik bir varoluş hali olarak tanımlamaktadır. Neulinger (1974) boş zamanı, algılanan özgürlük, içsel motivasyon, hedef odaklılık ve iş ilişkisi olarak açıklamaktadır.

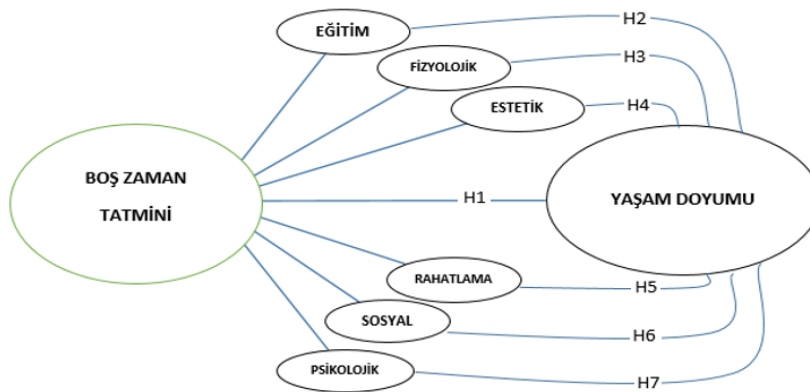
Son olarak Kaplan (1975) boş zaman için “kişisel gelişim ve sosyal hizmet için bir araç olarak hizmet eden özerk bir çaba” olarak tanımlama yapmıştır (Trujillo, 2007: 30). Boş zaman, hükümetler ve özel teşebbüs tarafından üretimin sürdürülebilirliği için yasal olarak insanlara hukuki olarak sunulan gününbirlik, hafta sonu ve uzun tatil gibi dış etkenlerin kaçınılmaz bir sonucu değildir. Zihinsel ve ruhsal bir tutumun bir parçasıdır (Pieper, 1965: 43). Torkildsen (1993: 26) Boş zaman kavramını mutlu olmak için Düşünme Zamanı, Felsefe, Derin Düşünme ve Kendini Geliştirme Zamanı olarak tanımlamaktadır.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda sosyal bilimler alanında araştırma yapanlar, yaşam memnuniyetini kontrol eden faktörleri anlamada bir atılım yaratarak yayımlanan eser sayısında bir artış sağlamışlardır. Buna bağlı olarak yaşam memnuniyetini ölçmenin güvenilir yolları geliştirilmiştir. Sonuç olarak bu alanda önemli bir bilgi birikimi elde edilmiştir (Veenhoven, 2015: 209). Yaşam doyumunu için alanyazında birçok tanımlama var olmasına rağmen, yaşam doyumunu tanımını teorik olarak tek bir tanım etrafında toplamak mümkün değildir. Yaşam doyumunu kavramı üzerine çalışan Neugarten yaşam doyumunu, başarılı yaşlanmanın operasyonel hali olarak tanımlarken, Sumner ise, sahip olunan yaşam koşullarının, standartlarınıza veya beklentilerinize uygun bir şekilde ölçülmesi ve buradan çıkan yargının olumlu bir değerlendirmesi olarak tanımlamaktadır (Prasoon ve Chaturvedi, 2016: 26). Hamilton (1995), yaşam doyumunu, kişinin kendi yaşam tarzı ile ilgili elde ettiği memnuniyet derecesi olarak tanımlarken, Cribb, (2000) yaşam doyumunu, kişinin gerçek başarıya olan özleminin karşılaştırılmasından elde edilen genel varoluş koşullarının bir değerlendirmesi olarak açıklamaktadır. (Prasoon ve Chaturvedi, 2016: 27, Madiha ve Akhouri, 2018: 21). Lippman (2012) ve arkadaşları yaşam doyumunu, insanın kendi hayatından memnun olma algısı ve hayatının doğru yolda olduğu inancı olarak tanımlar. Sonuç olarak bireyin yaşadığı hayattan elde ettiği doyum, geçmişteki tecrübelerinden elde ettiği doyum, gelecekte hayallerinden beklediği doyum, çevresini önemsemesi ve yaşamını değiştirme isteği bireyin yaşam doyumunu olarak tanımlanmaktadır. Yaşam doyumunun elde edildiği genel alanlar; sosyal çevre ve çalışma çevresi, boş zaman sahipliği ve süresi, sağlık, para, psikolojik iyi oluş ve eğitim çevresi olabilmektedir (Hilooğlu ve Cenkseven-Önder, 2010: 1161).

2.YÖNTEM

2.1Araştırmanın modeli

Bu araştırmanın amacı sayfiye bölgesinde üniversite okuyan öğrencilerin, boş zaman tatminlerinin yaşam doyumuna olan etkisinin incelenmesi ve aralarında olan ilişkinin belirlenmesidir. Bu araştırmanın önemi, insanların boş zamanlarını değerlendirmek üzere gelinen bir eğlence, dinlenme, sayfiye kısaca bir rekreatif çekim merkezi olan Alanya’da eğitim alan öğrenciler için boş zamanları tatmin etme düzeyi ile yaşam doyumlarına olan katkısını belirlemektir. Araştırma amacından yola çıkılarak hazırlanan araştırma modeli Şekil 1 de verilmiştir. Bu kapsamda araştırma için toplam 7 adet araştırma sorusu geliştirilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Appleton ve Song (2008) yaşam doyumunun meydana getiren altı farklı bileşen olduğunu ileri sürerek; bu bileşenlerin; “gelir düzeyi, eğitim düzeyi, psikolojik durum, refah koşulları, sosyal ve siyasal çevresi” olarak belirtmiştir (Dağlı ve Baysal, 2016: 1251). Bu kapsamda araştırmanın modeli (Şeki1) kapsamında, Boş Zaman Tatmin ölçeğinin 6 temel alt boyutu, bireyleri yaşam doyumuna ulaştırıran altı birleşen ile uyum içerisindedir. Bu kapsamda araştırma hipotezlerimiz aşağıdaki gibi geliştirilmiştir;

H1: Boş zaman tamiminin öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.

- H2: Boş zaman tatmininin “Eğitim” boyutunun öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.
 H3: Boş zaman tatmininin “Fizyoloji” boyutunun öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.
 H4: Boş zaman tatmininin “Estetik” boyutunun öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.
 H5: Boş zaman tatmininin “Rahatlama” boyutunun, öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.
 H6: Boş zaman tatmininin “Sosyal” boyutunun, öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.
 H7: Boş zaman tatmininin “Psikolojik” boyutunun, öğrencilerin yaşam doyumları üzerine bir etkisi vardır.

2.2.Araştırma grubu

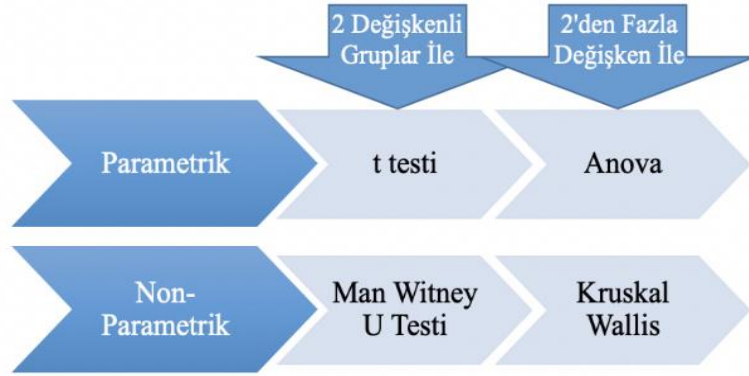
Bu araştırma Alanya Alaaddin Keykubat üniversitesinde 2018-2019 eğitim öğretim yılı içerisinde okuyan toplam 335 öğrenci üzerine yapılmıştır. Anket araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilere ölçek soruları yöneltilmiştir. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde “rastgele seçme yöntemi” uygulanmıştır. Ders zamanlarının farklı olması, tüm öğrencileri tek bir noktada toplama problemi, mekân sınırlılıkları ve zaman kısıtı nedeniyle evrenin tamamına ulaşmak imkânsız olmuştur. Bu durumda evrenin içinde yer alan, özellikleri ve verdikleri cevaplar açısından evreni temsil edecek bir grup öğrenciden bilgi toplanmıştır. Örneklem grubunun belirlenmesinde herhangi bir sistematik kişi seçimi yapılmayan “Basit Rastgele” örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin uygulanması kampüs içerisinde belirli bir yerde durup, karşılaşılan herhangi bir öğrenci grubuyla görüşülerek veri toplama yöntemidir (Özdamar, 2001, Arıkan, 2004, Kılıç, 2013). Bu kapsamda Alanya Alaaddin Keykubat üniversitesi Kestel kampüsü içerisinde 2018-2019 eğitim öğretim yılı Bahar dönemi içerisinde okuyan 12122 öğrenci evrenini temsil etmesi bakımından azami 367 (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, 50) olması gerekmektedir. Bunun dışında araştırmalarda evren hacmi büyüklüğü ($N > 10.000$ veya $N < 10.000$), değişkenlerin türü (nitel veya nicel) ve güven düzeyinin ($1 - \alpha$) göz önünde bulundurulup bulundurulmayacağı gibi belirleyiciler dikkate alınarak evreni temsil edecek örneklem sayısının hesaplanması için Özdamar, (2001; 57) eserinde aşağıdaki formülü vermiştir. Bu kapsamda araştırmanın evreni aşağıdaki formüle göre belirlenmiştir;

$$\text{Örneklem büyüklüğü} = \frac{2500 \cdot N \cdot (1,96)^2}{[25(N-1)] + [2500 \cdot (1,96)^2]} \quad \text{Örneklem büyüklüğü} = \frac{2500 \cdot 12122 \cdot (1,96)^2}{[25(12122-1)] + [2500 \cdot (1,96)^2]}$$

Örneklem büyüklüğü= 372,38 \Rightarrow 373 öğrenci olarak belirlenmiştir. Yukarıdaki formülden yola çıkılarak yapılan hesaplama neticesinde, üniversite kampüsü içerisinde 750 anket dağıtılmış ancak bunlardan sadece 335 adedi araştırma kapsamında kullanılmaya uygun bulunmuştur.

2.3.Veri toplama araçları

Boş zaman tatminin yaşam doyumunu arasındaki ilişkiyi araştırdığımız bu çalışmaya veri toplamak üzere araç olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya veri toplamak üzere anket içerisinde Boş Zaman Tatmin ölçeği (Leisure Satisfaction Scale) ile Yaşam Doyum ölçeği (Life Satisfaction) kullanılmıştır. Boş zamana ve yaşam doyumuna ilişkin tatmin veya tatminsizliği değerlendirecek bir ölçek bulunmamaktadır. Bu nedenle alanyazında geçerlilik ve güvenilirliği (Misra ve McKean, 2000; Siegenthaller ve O’Dell, 2000; Lloyd ve diğ., 2001; Lysyk vd., 2002; Lloyd ve Auld, 2002; Hou vd., 2007; Ngai, 2005; Trottier vd., 2002; Lu ve Hu, 2005; Pearson, 2008; Karlı, Polat, Yılmaz ve Koçak, 2008) test edilen Beard ve Ragheb (1980) tarafından geliştirilmiş olan Boş Zaman Tatmin Ölçeği’nin 39 ifade ve toplam altı boyuttan meydana gelen ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerden elde edilen güvenilirlik analizi sonuçlarına göre, Boş Zaman Tatmin ölçeğinden alınan verilerin güvenilirlik düzeyi; ($\alpha:0,863$) yaşam doyum ölçeğinden elde edilen verilerin güvenilirlik düzeyi ($\alpha:0,813$) olarak görülmüştür. İfadelere ilişkin öğrenci görüşlerini sayısal olarak tanımlamak üzere beşli Likert 1-5 aralığında derecelendirme sistemi kullanılmıştır. Yaşam doyumunu ölçmek üzere öğrencilerin boş zaman tatminlerinin yaşam doyumlarına olan etkisini ve aralarındaki ilişkiyi belirlemek üzere ankette Diener, Emmons, Laresen ve Griffin (1985) tarafından geliştirilen ve Dağlı ve Baysal (2016)’ın Diyarbakır şehir merkezinde görev yapan öğretmenler üzerine yaptığı “Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlanması: Geçerlilik ve Güvenlilik Çalışması” adlı çalışmalarında Türkçe’ye çevirdikleri “Yaşam Doyum Ölçeği” kullanılmıştır.



Şekil 2: Teste Karar Verme Süreci

Araştırma kapsamında demografik ve kişisel veriler ile ölçeklerden elde edilen verilerin karşılaştırılmasında yapılacak analize karar verilirken şekil 2’den yararlanılmıştır. Şekil 2’ye göre bağımlı değişken sayısı en fazla 2 iken bağımsız değişkenlere uygulanan normallik testi sonucu parametrik ise T testi, non-parametrik ise Man Witney U Testi uygulanmıştır. Karşılaştırılan gruplarda bağımlı değişken sayısı 2’den fazla, bağımsız değişkenlere uygulanan normallik testi sonucuna göre veriler parametrik ise Anova, non-parametrik ise Kruskal Wallis uygulanmıştır.

3.BULGULAR

Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilere ilişkin demografik ve kişisel bilgilere ilişkin tanımlayıcı verilere Tablo 1’de yer verilmiştir. Tablo 1 kapsamında araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilerin, %49,3’ü erkek, %50,7’si kadınlardan meydana gelmektedir. Katılımcıların %73,4’ü 18-22 yaş aralığında, %23,0’ü 23-25 yaş aralığında, %3’ü 26-30 yaş aralığında ve %0,6’sı 31 yaş ve üzerinde olduğunu görülmüştür. Öğrencilerin hangi tip eğitim alıyorsunuz sorusuna verdikleri yanıtlara göre; %6,3’ü önlisans ve %93,7’si ise lisans eğitimi aldığı belirlenmiş. Öğrencilere günlük uyku sürelerinin sorulduğu soruya %43,0’ü günlük 1-6 saat aralığında uyuduğunu, %49,0’u 7-9 saat aralığında, %7,8’i 10-12 saat aralığında ve %0,3’ü ise 12 saat üzerinde uyuduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 1: Öğrencilerin Demografik ve Kişisel Tercihlerine ilişkin frekans tablosu

| CİNSİYET | n | % |
|-----------|-----|------|
| Erkek | 165 | 49,3 |
| Kadın | 170 | 50,7 |
| YAŞ | n | % |
| 18-22 | 246 | 73,4 |
| 23-25 | 77 | 23 |
| 26-30 | 10 | 3 |
| 31-60 | 2 | 0,6 |
| EĞİTİM | n | % |
| Ön Lisans | 21 | 6,3 |
| Lisans | 314 | 93,7 |

| UYKU SÜRESİ | n | % |
|----------------------------|-----|------|
| 1.Haz | 144 | 43 |
| 7.Eyl | 164 | 49 |
| 9.Kas | 26 | 7,8 |
| 12 saat üzeri | 1 | 0,3 |
| BOŞ ZAMAN MEKÂN TERCİHİ | n | % |
| Açık alan (KIR) | 124 | 37 |
| Açık alan(KENT) | 119 | 35,5 |
| Kapalı Alan | 76 | 22,7 |
| Hepsi | 16 | 4,8 |
| BOŞ ZAMAN FAALİYET TERCİHİ | n | % |
| Aktif | 186 | 55,5 |
| Pasif | 133 | 39,7 |
| Hepsi | 16 | 4,8 |

Öğrenciler boş zamanlarında mekân tercihinin sorulduğu soruda, %37,0’ı Açık Alan Kır mekânını, %35,5’i Açık Alan Kent mekânını, %22,7’si sadece Kapalı Alan mekânını ve geri kalan 4,8’i ise “Hepsini” kullandığını belirtmiştir. Öğrencilere boş zamanların değerlendirmek üzere faaliyete katılım biçimi sorulmuş, %55,5’i boş zaman faaliyetine katılım tercihi Aktif katılımlı olduğunu, %39,7’si ise Pasif katılımlı olduğunu belirtmiştir.

Araştırmanın temel hipotezlerinin test edildiği regresyon analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo 2’de ve Tablo 3’de verilmiştir. Öncelikle öğrencilerin elde ettikleri “Boş Zaman Tatmini”nin Yaşam Doyumuna

olan etkisi incelenmiş. Ardından boş zaman tatmin ölçeğini meydana getiren boyutların yaşam doyumuna olan etki üzerinde bir inceleme yapılmıştır.

Tablo 2: Öğrencilerin boş zaman tahmininin yaşam doyumuna olan etki analizi

| Değişkenler | Standardize Edilmemiş Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p |
|--|----------------------------------|----------------------|------------------------|-------|-------|
| | B | Standart Hata | β | | |
| Sabit | 1,337 | 0,291 | | 4,598 | 0,000 |
| Boş Zaman Tatmini | ,474 | 0,083 | 0,299 | 5,722 | 0,000 |
| Bağımlı Değişken: Yaşam Doyumu | | | | | |
| R = 0,299 | R ² = 0,090 | $\Delta R^2 = 0,087$ | Durbin-Watson= 1,744 | | |
| F _(2,1003) = 32,741; p<0,000 | | | | | |
| * p<0,05 gruplar arasında etki anlamlıdır, | | | | | |

Tablo 2’de verilen bilgiler, öğrencilerin boş zaman tatmininin yaşam doyumuna olan etkisi belirlemek üzere yapılan doğrusal regresyon analizi sonuçlarıdır. Yapılan analiz neticesinde boş zaman tatmini elde etmenin öğrencilerin yaşam doyumlarına (p:0,00<0,05) anlamlı şekilde etki ettiği belirlenmiştir. Boş zaman tatmini ile yaşam doyumuna arasında pozitif yönlü bir ilişki oldu söylenebilir (R=0,299). Belirlilik kat sayısı (R²=0,090) olarak hesaplanmış, bu durum yaşam doyumundaki değişkenliğin boş zamandan elde edilen tatmini %9 olarak açıklanmaktadır. Bu durumda H1. Hipotezi: “öğrenciler boş zaman tatmininin yaşam doyumuna etkisi vardır” kabul edilmiştir.

Tablo 3’de öğrencilerin boş zaman tatminini meydana getiren 6 boyutun; eğitim, fizyolojik, estetik, rahatlama, sosyal ve psikolojik tatmin düzeylerinin, yaşam doyumuna olan etkisini belirlemek üzere yapılan doğrusal çoklu regresyon analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3: Öğrencilerin boş zaman tatmini alt boyutlarının yaşam doyumuna arasındaki çoklu regresyon analizi

| Boyut Değişkenleri | Standardize Edilmemiş Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | P |
|--|----------------------------------|----------------------|------------------------|-------|------|
| | B | Standart Hata | β | | |
| Sabit | 1,258 | ,297 | | 4,323 | ,000 |
| Eğitim | ,160 | ,081 | 0,207 | 1,960 | ,051 |
| Fizyolojik | ,129 | ,045 | 0,116 | 2,883 | ,004 |
| Estetik | ,044 | ,049 | 0,268 | -,902 | ,368 |
| Rahatlama | ,034 | ,044 | 0,058 | -,785 | ,433 |
| Sosyal | ,056 | ,076 | 0,281 | ,740 | ,460 |
| Psikolojik | ,230 | ,080 | 0,195 | 2,860 | ,005 |
| Bağımlı Değişken: Yaşam Doyumu | | | | | |
| R= 0,347 | R ² = 0,120 | $\Delta R^2 = 0,104$ | Durbin-Watson= 1,807 | | |
| F _(2,1003) = 7,480; p<0,000 | | | | | |

* p<0,05 gruplar arasında etki anlamlıdır,

Yapılan analiz neticesinde boş zaman tatmini elde etmede fizyolojik (p:0,04<0,05) ve psikolojik (p:0,05<0,05) yollardan elde edilen tatminin, yaşam doyumuna anlamlı bir şekilde etki ettiği belirlenmiştir. Boş zaman tatminini meydana getiren eğitim (p:0,051>0,05), estetik (p:0,368>0,05), rahatlama (p:0,433>0,05) ve sosyal (p:0,460>0,05) alanlardan elde edilen tatminin, yaşam doyumuna anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Boş zaman tatminini sağlayan alt boyutlar ile yaşam doyumuna arasında genel olarak pozitif yönlü bir ilişki (R=0,347) olduğundan söz edilebilir. Belirlilik kat sayısı (R²=0,120) olarak hesaplanmış, bu durum yaşam doyumundaki değişkenliğin boş zamandan elde edilen tatmini %12 olarak açıklanmaktadır. Sonuç olarak Tablo 3’ten elde edilen sonuçlara göre H3 hipotezi “boş zaman tatmini fizyolojik tatmin boyutunun yaşam doyumuna etkisi vardır” ve H7 hipotezi “Boş zaman tatmini psikolojik tatmin boyutunun yaşam doyumuna etkisi vardır” kabul edilmiştir. Diğer taraftan H4, H5 ve H6 hipotezleri kabul edilmemiştir.

Tablo 4’de öğrencilerin boş zaman tatmini ve yaşam doyumları ile cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, uyku süresi, rekreatif mekân tercihi ve faaliyet katılım biçimleri arasındaki ilişkiye dair korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4’e göre öğrencilerin yaş düzeyleri ile boş zaman tatmini eğitim boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r:0,098/p:0,036$). Eğitim düzeyi ile eğitimden elde edilen tatmin arasında ters yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r:-154/p:0,002$). Boş zamanlarda tercih edilen mekânlar bakımından fizyolojik ve rahatlama tatmini arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r:0,114/p:0,019$). Boş zamanlarda aktivitenin aktif ve pasif yapılmasına göre estetik ve sosyal tatmin arasında ters yönlü anlamlı bir ilişkinin var olduğu söylenebilir ($r:-0,128/p:0,010$). Eğitim, fizyolojik, sosyal, psikolojik tatmin ile öğrencilerin yaşam doyumları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmektedir.

Tablo 4: Boş Zaman tatmini ve Alt boyutlarının yaşam doyumu arasındaki ilişki analizi

| | | Eğitim | Fizyolojik | Estetik | Rahatlama | Sosyal | Psikolojik | Yaşam Doymumu | Boş Zaman Tatmini |
|--------------------------|----------|---------|------------|---------|-----------|--------|------------|---------------|-------------------|
| Cinsiyet | r | ,043 | ,086 | -,034 | -,044 | -,027 | -,024 | ,073 | ,007 |
| | p (sig.) | ,215 | ,057 | ,266 | ,213 | ,309 | ,328 | ,090 | ,449 |
| Yaş | r | ,098* | ,025 | ,021 | ,007 | -,041 | ,087 | -,079 | ,052 |
| | p (sig.) | ,036 | ,326 | ,353 | ,452 | ,225 | ,057 | ,075 | ,173 |
| Eğitim Düzeyi | r | -,154** | -,005 | -,008 | -,034 | ,017 | -,060 | -,050 | -,064 |
| | p (sig.) | ,002 | ,462 | ,441 | ,266 | ,377 | ,137 | ,182 | ,121 |
| Uyku | r | -,055 | -,040 | ,020 | -,029 | ,018 | ,008 | ,002 | -,022 |
| | p (sig.) | ,158 | ,234 | ,357 | ,298 | ,368 | ,443 | ,483 | ,344 |
| Mekân | r | -,017 | -,114* | ,027 | ,173** | -,031 | ,067 | -,012 | ,014 |
| | p (sig.) | ,380 | ,019 | ,309 | ,001 | ,286 | ,109 | ,410 | ,400 |
| Aktivite | r | -,069 | -,073 | -,128** | -,086 | -,111* | -,077 | -,046 | -,135** |
| | p (sig.) | ,103 | ,090 | ,010 | ,059 | ,021 | ,080 | ,203 | ,007 |
| Yaşam Doymumu | r | ,240** | ,235** | ,080 | ,085 | ,203** | ,275** | | ,299** |
| | p (sig.) | ,000 | ,000 | ,071 | ,061 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| Boş Zaman Tatmini | r | ,681** | ,566** | ,575** | ,582** | ,723** | ,781** | ,299** | |
| | p (sig.) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |

$p<0,01$: ilişki düzeyi %99 oranında anlamlı

Öğrencilerin boş zaman elde etmesinde boş zamanı oluşturan alt boyutlar arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin var olduğundan söz edilebilir. Tablo 4’de görülen en temel sonuç boş zaman tatmini ile yaşam doymumu arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir.

Tablo 5’de 2018-2019 eğitim öğretim yılı içerisinde aktif olarak öğrenci olanların boş zaman tatmini ve alt boyutları ile yaşam doymumu algılarının cinsiyet faktörü bakımından gruplar arasındaki fark analizi; Mann Whitney U testi sonuçları ile boyutların aritmetik ortalama değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 5: Öğrencilerin Boş zaman Tatmini ve Alt Boyutları ile Yaşam doyumunun cinsiyete göre fark analizi

| BOYUT VE DEĞİŞKEN | Cinsiyet | n | Sıra Ort. | \bar{X} | Shapiro-Wilk | U | p |
|-------------------|----------|-----|-----------|-----------|--------------|--------|-------|
| EĞİTİM | Erkek | 165 | 162,23 | 3,45 | 0,000 | -1,076 | 0,282 |
| | Kadın | 170 | 173,60 | 3,51 | | | |
| FİZYOLOJİK | Erkek | 165 | 160,93 | 3,10 | 0,000 | -1,318 | 0,187 |
| | Kadın | 170 | 174,86 | 3,29 | | | |
| ESTETİK | Erkek | 165 | 169,85 | 3,45 | 0,000 | -,345 | 0,730 |
| | Kadın | 170 | 166,21 | 3,38 | | | |
| RAHATLAMA | Erkek | 165 | 168,33 | 3,81 | 0,000 | -,062 | 0,951 |
| | Kadın | 170 | 167,68 | 3,70 | | | |
| SOSYAL | Erkek | 165 | 167,84 | 3,47 | 0,000 | -,029 | 0,977 |
| | Kadın | 170 | 168,15 | 3,43 | | | |
| PSİKOLOJİK | Erkek | 165 | 166,90 | 3,54 | 0,000 | -,206 | 0,837 |
| | Kadın | 170 | 169,07 | 3,50 | | | |
| YAŞAM DOYUMU | Erkek | 165 | 160,95 | 2,91 | 0,000 | -1,316 | 0,188 |
| | Kadın | 170 | 174,84 | 3,04 | | | |
| BOŞ ZAMAN TATMİNİ | Erkek | 165 | 164,96 | 3,46 | 0,000 | -,565 | 0,572 |
| | Kadın | 170 | 170,95 | 3,46 | | | |

* $p < 0,05$ gruplar arasında fark vardır

Verilen yanıtlara göre Boş zaman tatmini sahip olmada cinsiyetler arasındaki karşılaştırmada anlamlı bir farklılık ($p:0,572 > 0,050$) gözlenmemiştir. Boş zaman tatmini elde etmede cinsiyet bakımından aritmetik ortalamaların eşit olduğu gözlenmiştir ($\bar{X}:3,46$). Boş zaman tatmini meydana getiren altı alt boyut incelendiğinde kadınların eğitim ($\bar{X}:3,45$) ve fizyolojik ($\bar{X}:3,29$) alanlarda elde ettikleri tatminin erkeklere göre karşılaştırıldığında boş zaman tatmini daha fazla olduğu gözlenmiştir. Erkekler, estetik ($\bar{X}:3,46$), rahatlama ($\bar{X}:3,81$), ($\bar{X}:3,45$), sosyal ($\bar{X}:3,47$) ve psikolojik ($\bar{X}:3,54$) tatmin boyutlarında elde ettikleri tatmin kadınlara oranla daha fazla olduğu söylenebilir. Sonuç olarak boş zaman tatmini elde etmede eğitim ve fizyolojik tatmin kadınlarda daha fazla iken, erkeklerde rahatlama, psikolojik ve sosyal faaliyetlerden elde edilen tatmin kadınlara göre daha fazla olduğu söylenebilir. Yine yaşam doyumu elde etmede katılımcıların cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılığa ($p:0,188 > 0,050$) rastlanmamıştır. Yaşam doyum ölçeğine verilen yanıtlarda kadınların ($\bar{X}:3,04$) daha fazla yaşam doyumuna sahip olduğu gözlenmektedir.

Tablo 6'da öğrencilerin Boş zaman Tatmini ve alt boyutları ile yaşam doyum algılarının eğitim düzeyi grupları arasındaki farklılığı belirlemek üzere Mann Whitney U testi sonuçları ile eğitim düzeyleri bakımından boş zaman tatmini ve yaşam doyumuna ilişkin aritmetik ortalama sonuçları verilmiştir.

Verilen yanıtlara göre Boş zaman tatmini ve alt boyutlarında, öğrencilerin eğitim düzeyleri arasında yapılan karşılaştırmada anlamlı bir farklılık ($p:0,185 > 0,050$) gözlenmemiştir. Ön lisans okuyanların, eğitim ($\bar{X}:3,88$), fizyolojik ($\bar{X}:3,46$), estetik ($\bar{X}:3,45$), rahatlama ($\bar{X}:3,91$) ve psikolojik ($\bar{X}:3,70$) tatminlerinin, lisans eğitim alanlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Boş zaman tatminine genel olarak bakıldığında Ön lisans okuyanların ($\bar{X}:3,60$) lisans okuyanlara ($\bar{X}:3,45$) göre daha fazla boş zaman tatmini elde ettikleri söylenebilir. Yaşam doyumu bakımından yapılan karşılaştırmada ön lisans ve lisan okuyanlar arasında anlamlı bir farklılığa ($p:0,536 > 0,050$) rastlanmamıştır. Aritmetik ortalamaları bakımından, Ön lisans okuyanların ($\bar{X}:3,15$) yaşam doyumları lisans okuyanlara ($\bar{X}: 2,96$) göre daha fazla olduğu gözlenmiştir.

Tablo 6: Öğrencilerin Boş zaman Tatmini ve Alt Boyutları ile Yaşam doyumunun eğitime göre fark analizi

| BOYUT VE DEĞİŞKEN | Eğitim Durumu | n | Sıra Ort. | \bar{X} | Shapiro-Wilk | U | p | FARK |
|-------------------|---------------|-----|-----------|-----------|--------------|--------|------|------|
| EĞİTİM | Ön lisans | 21 | 224,98 | 3,88 | 0,000 | 2100,5 | ,005 | * |
| | Lisans | 314 | 164,19 | 3,46 | | | | |
| FİZYOLOJİK | Ön lisans | 21 | 178,43 | 3,22 | 0,000 | 3078,0 | ,610 | - |
| | Lisans | 314 | 167,30 | 3,19 | | | | |
| ESTETİK | Ön lisans | 21 | 169,69 | 3,45 | 0,000 | 3261,5 | ,934 | - |
| | Lisans | 314 | 167,89 | 3,41 | | | | |
| RAHATLAMA | Ön lisans | 21 | 185,83 | 3,91 | 0,000 | 2922,5 | ,382 | - |
| | Lisans | 314 | 166,81 | 3,74 | | | | |
| SOSYAL | Ön lisans | 21 | 161,07 | 3,40 | 0,000 | 3151,5 | ,735 | - |
| | Lisans | 314 | 168,46 | 3,45 | | | | |
| PSİKOLOJİK | Ön lisans | 21 | 190,50 | 3,70 | 0,000 | 2824,5 | ,271 | - |
| | Lisans | 314 | 166,50 | 3,51 | | | | |
| YAŞAM DOYUMU | Ön lisans | 21 | 180,64 | 3,15 | 0,000 | 3031,5 | ,536 | - |
| | Lisans | 314 | 167,15 | 2,96 | | | | |
| BOŞ ZAMAM TATMİNİ | Ön lisans | 21 | 195,10 | 3,60 | 0,000 | 2728,0 | ,185 | - |
| | Lisans | 314 | 166,19 | 3,45 | | | | |

* $p < 0,05$ gruplar arasında fark vardır

Tablo 7'de öğrencilerin yaş aralıkları bakımından boş zaman tatmini ve alt boyutları ile yaşam doyumu algılarının gruplar arasındaki farkı Kruskal Wallis testi sonuçları ile yaş aralıkları bakımından boş zaman tatminini ve yaşam doyumlarının aritmetik ortalama sonuçları verilmiştir.

Verilen yanıtlara göre Boş zaman tatmini ve alt boyutlarında, yaşları bakımından yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı bir farklılık ($p:0,143 > 0,050$) gözlenmemiştir. 31-60 yaş aralığında olan öğrencilerin boş zaman tatmini eğitim ($\bar{X}:4,50$), fizyolojik ($\bar{X}:4,08$), estetik ($\bar{X}:3,75$), rahatlama ($\bar{X}:4,62$), sosyal ($\bar{X}:4,25$) ve psikolojik ($\bar{X}:4,80$) tatmini aritmetik ortalamalarının, diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Boş zaman tatminine genel olarak bakıldığında ise yine 31-60 yaş aralığında olanların ($\bar{X}:4,52$) diğer yaş gruplarına göre daha fazla tatmin elde ettikleri söylenebilir.

Yaşam doyumu elde etmede yaşları bakımından yapılan karşılaştırmada ise yine gruplar arasında anlamlı bir farklılığa ($p:0,445 > 0,050$) rastlanmamıştır. Aritmetik ortalamaları bakımından, 18-22 yaş aralığında olanların ($\bar{X}:3,01$) yaşam doyum ortalamalarının, diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu gözlenmiştir.

Tablo 7: Boş zaman Tatmini ve Alt Boyutları ile Yaşam doyumunun yaş aralıklarına göre fark analizi

| BOYUT VE DEĞİŞKENLER | Yaş | n | Sıra Ort. | \bar{X} | Shapiro-Wilk | χ^2 | p |
|----------------------|-------|-----|-----------|-----------|--------------|----------|------|
| EĞİTİM | 18-22 | 246 | 166,02 | 3,47 | 0,000 | 6,135 | ,105 |
| | 23-25 | 77 | 165,53 | 3,47 | | | |
| | 26-30 | 10 | 207,15 | 3,86 | | | |
| | 31-60 | 2 | 310,50 | 4,50 | | | |
| FİZYOLOJİ | 18-22 | 246 | 168,38 | 3,18 | 0,000 | 2,809 | ,422 |
| | 23-25 | 77 | 165,56 | 3,24 | | | |
| | 26-30 | 10 | 155,55 | 3,00 | | | |
| | 31-60 | 2 | 278,00 | 4,08 | | | |
| ESTETİK | 18-22 | 246 | 168,05 | 3,42 | 0,000 | 5,030 | ,170 |
| | 23-25 | 77 | 162,45 | 3,34 | | | |
| | 26-30 | 10 | 180,25 | 3,50 | | | |
| | 31-60 | 2 | 314,50 | 4,75 | | | |
| RAHATLAMA | 18-22 | 246 | 167,36 | 3,76 | 0,000 | 2,414 | ,491 |
| | 23-25 | 77 | 165,90 | 3,68 | | | |
| | 26-30 | 10 | 179,45 | 3,85 | | | |
| | 31-60 | 2 | 269,75 | 4,62 | | | |
| SOSYAL | 18-22 | 246 | 169,73 | 3,48 | 0,000 | 4,149 | ,246 |
| | 23-25 | 77 | 163,42 | 3,38 | | | |
| | 26-30 | 10 | 137,50 | 3,18 | | | |
| | 31-60 | 2 | 284,50 | 4,25 | | | |
| PSİKOLOJİK | 18-22 | 246 | 166,07 | 3,50 | 0,000 | 6,522 | ,089 |
| | 23-25 | 77 | 166,42 | 3,51 | | | |
| | 26-30 | 10 | 195,20 | 3,75 | | | |
| | 31-60 | 2 | 330,00 | 4,80 | | | |
| YAŞAM DOYUMU | 18-22 | 246 | 171,46 | 3,01 | 0,000 | 2,672 | ,445 |
| | 23-25 | 77 | 163,36 | 2,75 | | | |
| | 26-30 | 10 | 127,10 | 2,56 | | | |
| | 31-60 | 2 | 125,50 | 2,60 | | | |
| BOŞ ZAMAN TATMİNİ | 18-22 | 246 | 166,67 | 3,46 | 0,000 | 5,424 | ,143 |
| | 23-25 | 77 | 166,55 | 3,43 | | | |
| | 26-30 | 10 | 180,60 | 3,00 | | | |
| | 31-60 | 2 | 324,00 | 4,52 | | | |

* $p < 0,05$ gruplar arasında fark vardır

Tablo 8’de öğrencilerin günlük ortalama uyku süreleri bakımından boş zaman tatmini ve alt boyutları ile yaşam doyumunu algılarının gruplar arasındaki farkı Kruskal Wallis testi sonuçları ile uyku süreleri bakımından boş zaman tatminini ve yaşam doyumlarının aritmetik ortalama sonuçları verilmiştir.

Verilen yanıtlara göre boş zaman tatmini ve alt boyutlarında, öğrencilerin görüşlerinde uyku süreleri arasında yapılan karşılaştırmada anlamlı bir farklılık ($p:0,752 > 0,050$) gözlenmemiştir. 1-6 saat uyuyanlar eğitim ($\bar{X}:3,50$) ve rahatlama ($\bar{X}:3,77$) boyutlarında daha fazla tatmin oldukları gözlenirken, 7-9 saat aralığında uyuyan öğrencileri ise fizyolojik ($\bar{X}:3,25$), estetik ($\bar{X}:3,50$) ve psikolojik ($\bar{X}:3,54$) tatmin boyutlarında aritmetik ortalamaları daha yüksektir. 10 ila 12 saat aralığında uyku süresine sahip olanların ise sadece sosyal tatmin düzeyinin en yüksek olduğu belirlenmiştir.

Boş zaman tatminine genel olarak bakıldığında 7-9 saat aralığında uyuyanların ($\bar{X}:3,48$) diğer gruplara göre daha fazla boş zaman tatmini elde ettikleri söylenebilir. Yaşam doyumunu elde etmede uyku süreleri bakımından yapılan karşılaştırmada, katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılığa ($p:0,550 > 0,050$) rastlanmamıştır.

Aritmetik ortalamaları bakımından, yine 7-9 saat aralığında uykuya sahip olanların ($\bar{X}:3,03$) yaşam doyumları diğer gruplara göre daha fazla olduğu gözlenmiştir.

Tablo 8: Boş zaman Tatmini ve Alt Boyutları ile Yaşam doyumunun uyuma sürelerine göre fark analizi

| BOYUT VE DEĞİŞKENLER | Uyku Süresi | n | Sıra Ort. | \bar{X} | Shapiro-Wilk | χ^2 | p |
|----------------------|-------------|-----|-----------|-----------|--------------|----------|-------|
| EĞİTİM | 1-6 | 144 | 170,68 | 3,50 | 0,000 | 2,369 | 0,500 |
| | 7-9 | 164 | 169,59 | 3,49 | | | |
| | 10-12 | 26 | 146,81 | 3,33 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 73,00 | - | | | |
| FİZYOLOJİ | 1-6 | 144 | 169,53 | 3,20 | 0,000 | 4,348 | 0,226 |
| | 7-9 | 164 | 172,39 | 3,25 | | | |
| | 10-12 | 26 | 130,67 | 2,83 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 198,00 | - | | | |
| ESTETİK | 1-6 | 144 | 163,29 | 3,35 | 0,000 | 2,135 | 0,545 |
| | 7-9 | 164 | 174,15 | 3,50 | | | |
| | 10-12 | 26 | 158,81 | 3,27 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 77,00 | - | | | |
| RAHATLAMA | 1-6 | 144 | 163,63 | 3,77 | 0,000 | 1,981 | 0,576 |
| | 7-9 | 164 | 173,59 | 3,76 | | | |
| | 10-12 | 26 | 160,58 | 3,63 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 72,50 | - | | | |
| SOSYAL | 1-6 | 144 | 171,62 | 3,45 | 0,000 | 1,486 | 0,686 |
| | 7-9 | 164 | 162,26 | 3,43 | | | |
| | 10-12 | 26 | 183,88 | 3,58 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 175,00 | - | | | |
| PSİKOLOJİK | 1-6 | 144 | 167,46 | 3,50 | 0,000 | 1,427 | 0,699 |
| | 7-9 | 164 | 170,08 | 3,54 | | | |
| | 10-12 | 26 | 162,02 | 3,51 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 60,00 | - | | | |
| YAŞAM DOYUMU | 1-6 | 144 | 165,28 | 2,94 | 0,000 | 2,111 | 0,550 |
| | 7-9 | 164 | 172,54 | 3,03 | | | |
| | 10-12 | 26 | 151,00 | 2,77 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 256,00 | - | | | |
| BOŞ ZAMAN TATMİNİ | 1-6 | 144 | 169,21 | 3,46 | 0,000 | 1,205 | 0,752 |
| | 7-9 | 164 | 169,27 | 3,48 | | | |
| | 10-12 | 26 | 156,65 | 3,37 | | | |
| | 12 ve üzeri | 1 | 81,50 | - | | | |

* $p < 0,05$ gruplar arasında fark vardır

Tablo 9'da Öğrencilerin boş zaman tatmini ve alt boyutları ile yaşam doyum algılarının boş zaman mekân tercihi faktörü bakımından dört grup arasındaki farklılığı belirlemek üzere Kruskal Wallis testi sonuçları ile boş zaman mekân tercihinin boş zaman tatminini ve yaşam doyumlarının aritmetik ortalamaya sonuçları verilmiştir.

Verilen yanıtlara göre Boş zaman tatmini ve alt boyutlarında, öğrencilerin görüşlerinde boş zaman mekân tercihi bakımından yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı bir farklılık ($p:0,787 > 0,050$) gözlenmemiştir. Boş zaman tatmininde mekân tercihi olarak Açık Alan (Kır) ifadesi tercih edenlerin eğitim ($\bar{X}:3,52$) ve fizyolojik ($\bar{X}:3,33$) tatminde aritmetik ortalaması yüksek olduğu belirlenmiştir. Aritmetik ortalama olarak Estetik, Rahatlama, Psikolojik tatmin boyutlarında en yüksek ortalamaya sahip olanları ise Açık Alan (Kent) tercihinde bulunanlar olduğu gözlenmiştir.

Boş zaman tatminine genel olarak bakıldığında ise tüm mekânları tercih edenlerin ($\bar{X}:3,57$) aritmetik olarak en yüksek tatmin sağladıkları söylenebilir. Yaşam doyumunu elde etmede mekân tercihleri bakımından gruplar arasında anlamlı bir farklılık ($p:0,018 < 0,050$) gözlenmiştir.

Bu anlamda Açık Alan (Kent) ifadesinin Kapalı Alan ifadesiyle farklılaştığı, Kapalı Alan ifadesinin Açık Alan (Kent) ile farklılaştığı ve Hepsi ifadesine verilen yanıtların sadece Açık Alan (Kır) ile farklılaştığı, ancak yaşam doyumunu boyutunda Açık alan (Kır) ifadesinin diğer gruplarla farklılaşmadığı söylenebilir.

Aritmetik ortalamaları bakımından, boş zamanlarında tüm mekânları tercih edenlerin ($\bar{X}:3,01$) yaşam doyumunu elde etmede, diğer mekân tercih gruplarına göre daha fazla doyum sağladığı söylenebilir.

Tablo 9: Öğrencilerin Boş zaman Tatmini ve Alt Boyutları ile Yaşam doyumunun mekân tercihine göre fark analizi

| BOYUT VE DEĞİŞKENLER | Mekân Tercihi | n | Sıra Ort. | \bar{X} | Shapiro-Wilk | χ^2 | p | FARK |
|----------------------|-------------------|-----|-----------|-----------|--------------|----------|-------|------|
| EĞİTİM | Açık alan (KIR) | 124 | 173,40 | 3,52 | 0,000 | 3,123 | 0,373 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 162,46 | 3,46 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 160,80 | 3,43 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 201,53 | 3,64 | | | | - |
| FİZYOLOJİ | Açık alan (KIR) | 124 | 175,98 | 3,33 | 0,000 | 4,400 | 0,221 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 173,15 | 3,20 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 152,78 | 3,01 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 140,13 | 2,97 | | | | - |
| ESTETİK | Açık alan (KIR) | 124 | 157,11 | 3,35 | 0,000 | 3,409 | 0,333 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 178,18 | 3,50 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 166,32 | 3,36 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 184,72 | 3,57 | | | | - |
| RAHATLAMA | Açık alan (KIR) | 124 | 149,45 | 3,49 | 0,000 | 7,654 | 0,054 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 175,52 | 3,81 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 184,14 | 4,03 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 179,22 | 4,00 | | | | - |
| SOSYAL | Açık alan (KIR) | 124 | 168,03 | 3,47 | 0,000 | 3,339 | 0,342 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 173,70 | 3,48 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 153,45 | 3,34 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 194,53 | 3,59 | | | | - |
| PSİKOLOJİK | Açık alan (KIR) | 124 | 162,16 | 3,45 | 0,000 | 0,967 | 0,809 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 171,03 | 3,56 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 169,67 | 3,54 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 182,81 | 3,70 | | | | - |
| YAŞAM DOYUMU | a-Açık alan (KIR) | 124 | 164,24 | 2,91 | 0,000 | 10,096 | 0,018 | - |
| | b-Açık alan(KENT) | 119 | 185,03 | 3,16 | | | | c |
| | c-Kapalı Alan | 76 | 142,55 | 2,72 | | | | b |
| | d-Hepsi | 16 | 191,38 | 3,23 | | | | a |
| BOŞ ZAMAN TATMİNİ | Açık alan (KIR) | 124 | 164,69 | 3,45 | 0,000 | 1,057 | 0,787 | - |
| | Açık alan(KENT) | 119 | 171,97 | 3,48 | | | | - |
| | Kapalı Alan | 76 | 163,43 | 3,42 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 185,84 | 3,57 | | | | - |

* $p < 0,05$ gruplar arasında fark vardır

Tablo 10'da boş zaman tatmini ve alt boyutları ile Yaşam doyum algılarının aktivite türü faktörü bakımından gruplar arasındaki farklılığa ilişkin Kruskal Wallis testi sonuçları ile aktivite türüne göre boş zaman tatminini ve yaşam doyumlarının aritmetik ortalama sonuçları verilmiştir.

Verilen yanıtlara göre Boş zaman tatmini ve alt boyutlarında, öğrencilerin görüşlerinde aktivite türü bakımından yapılan karşılaştırmada, estetik, rahatlama, psikolojik tatmin boyutların anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Genel olarak boş zaman tatmininde, öğrencilerin aktivite türü tercihleri bakımından

cevapları arasında da farklılık ($p:0,003<0,050$) bulunmaktadır. Aktivite türü bakımından aktif ve pasif etkinlik tercih edenler kendi aralarında farklılaşmaktadır.

Boş zaman tatmin ölçeği ve alt boyutlarında yer alan ifadelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında aktif nitelikli etkinlikleri tercih edenlerin, estetik ($\bar{X}:3,50$) ve sosyal ($\bar{X}:3,77$) tatmin boyutlarında daha fazla tatmin oldukları gözlenirken, fizyolojik ($\bar{X}:3,96$), rahatlama ($\bar{X}:3,92$) ve psikolojik ($\bar{X}:3,66$) boyutlarında her iki etkinlik tipini tercih edenlerin daha fazla tatmin oldukları aritmetik olarak gözlenmiştir.

Sonuç olarak Aktif katılımlı boş zaman faaliyetleri tercih edenlerin daha fazla tatmin oldukları belirlenmiştir. Yaşam doyumunu elde etmede eğitim programı bakımından yapılan karşılaştırmada katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılığa ($p:0,848>0,050$) rastlanmamıştır.

Tablo 10: Öğrencilerin Boş zaman Tatmini ve Alt Boyutları ile Yaşam doyumunun aktivite türüne göre fark analizi

| BOYUT VE DEĞİŞKENLER | Aktivite Türü | n | Sıra Ort. | \bar{X} | Shapiro-Wilk | χ^2 | p | FARK |
|----------------------|---------------|-----|-----------|-----------|--------------|----------|-------|------|
| EĞİTİM | Aktif | 186 | 175,84 | 3,54 | 0,000 | 4,086 | 0,130 | - |
| | Pasif | 133 | 155,04 | 3,40 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 184,66 | 3,54 | | | | - |
| FİZYOLOJİ | a-Aktif | 186 | 180,88 | 3,26 | 0,000 | 7,477 | 0,024 | - |
| | b-Pasif | 133 | 152,57 | 3,13 | | | | - |
| | c-Hepsi | 16 | 146,56 | 3,96 | | | | - |
| ESTETİK | a-Aktif | 186 | 181,83 | 3,56 | 0,000 | 9,895 | 0,007 | b |
| | b-Pasif | 133 | 147,61 | 3,20 | | | | a |
| | c-Hepsi | 16 | 176,75 | 3,45 | | | | - |
| RAHATLAMA | a-Aktif | 186 | 177,13 | 3,88 | 0,000 | 6,401 | 0,041 | b |
| | b-Pasif | 133 | 152,14 | 3,56 | | | | a |
| | c-Hepsi | 16 | 193,69 | 3,92 | | | | - |
| SOSYAL | Aktif | 186 | 178,15 | 3,53 | 0,000 | 4,611 | 0,100 | - |
| | Pasif | 133 | 155,41 | 3,35 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 154,59 | 3,35 | | | | - |
| PSİKOLOJİK | a-Aktif | 186 | 178,41 | 3,59 | 0,000 | 6,711 | 0,035 | b |
| | b-Pasif | 133 | 151,25 | 3,40 | | | | a |
| | c-Hepsi | 16 | 186,22 | 3,66 | | | | - |
| YAŞAM DOYUMU | Aktif | 186 | 171,63 | 3,00 | 0,000 | 0,848 | 0,654 | - |
| | Pasif | 133 | 164,85 | 2,96 | | | | - |
| | Hepsi | 16 | 151,91 | 2,78 | | | | - |
| BOŞ ZAMAN TATMİNİ | a-Aktif | 186 | 183,34 | 3,54 | 0,000 | 11,638 | 0,003 | b |
| | b-Pasif | 133 | 145,91 | 3,34 | | | | a |
| | c-Hepsi | 16 | 173,28 | 3,47 | | | | - |

* $p<0,05$ gruplar arasında fark vardır

Aritmetik ortalamaları bakımından, aktif katılımlı boş zaman faaliyetlerini tercih edenlerin olanların yaşam doyumları ($\bar{X}:3,00$) diğer gruplara göre daha fazla olduğu gözlenmiştir. Yapılan tüm testler ve analizler neticesinde elde edilen verilere ilişkin sonuç ve öneri izleyen paragrafta verilmiştir.

SONUÇ

Genel olarak bu çalışma, boş zaman tatmininin, yaşam doyumuna olan etkisine ve aralarındaki ilişkiye odaklanırken, bunun yanında öğrencilerin demografik ve kişisel farklılıklarına ilişkin sorular kapsamında boş zaman ve yaşam doyum tatminleri arasında gözlemlenen farklılıkları belirlenmesi hedefleyen bir çalışma olmuştur. Boş zaman tatmini ve yaşam doyumunu arasındaki etkiyi ve ilişkiyi öngören iki ayrı teori çerçevesinde hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir. Bu kapsamda yapılan testler kapsamında elde edilen sonuçlara göre araştırma bulguları izleyen paragrafta verilmiştir.

Öğrencilerin boş zaman tatminleri ile yaşam doyumları arasındaki etkiyi ölçmek üzere yapılan basit regresyon analizi sonucunda boş zaman tatmininin yaşam doyumunu üzerinde etkili olduğu H1 (KABUL) belirlenmiştir. Bu kapsamda elde edilen sonuç Cha (2018)'nın yaşlı bireyler üzerine yapmış olduğu

çalışmasında, boş zaman etkinliklerine katılımın yaşadıkları yalnızlaşmaya yardımcı olabileceği ve öz saygılarını ve kendini gerçekleştirmelerini sağlayarak daha fazla yaşam memnuniyeti elde edileceği sonucuna uyum göstermektedir. Adams ve arkadaşlarının (2011) yaptığı *A Critical Review Of The Literature On Social And Leisure Activity And Wellbeing in Later Life* adlı çalışmada, boş zaman aktivitelerine katılım sıklığının, yaşlı yetişkinler için daha yüksek bir yaşam kalite güvencesi sağladığını ve daha mutlu yaşamalarını sağladığı sonucu, elde edilen sonuç ile benzerlik göstermektedir.

Öğrencilerin boş zaman tatminini oluşturan alt boyutların, yaşam doyumlarına etkisi üzerine yapılan çoklu regresyon analizine göre sadece fizyolojik ve psikolojik tatminin, yaşam doyumuna H2 (KABUL), H7(KABUL) etkisi olduğu gözlenmiştir. Bu durumda Yi ve Park (2009)'ın yaşlı yetişkinler üzerine yaptığı çalışmada yaşam kalitesini artırmak veya iyileştirmek için, fiziksel ve psikolojik sağlıklarında iyileştirmeler getirebilecek boş zaman etkinliklerine katılma fırsatlarının artırılması gerektiği önerisi doğrultuda bir sonuca ulaşılmıştır. Bu kapsamda öğrenciler, boş zaman tatmini ve yaşam doyumunu elde etmede, eğitim, estetik (öz bakım), rahatlama, dinlenme ve sosyal katılım gibi çeşitli aktiviteler için zamanlarını nasıl harcadıkları konusunda kendilerini geliştirmeli ve iyi bir denge sağlamalıdır. Schmiedeberg, ve Schröder, (2017). *Leisure Activities And Life Satisfaction: An Analysis With German Panel Data*, adlı çalışmada boş zamanlarda yapılan fiziksel aktivitelerin, tatil çıkmanın ve sosyal aktivitelerde bulunmanın yaşam doyumunu olum yönde etkilediğini, gereksiz internet ve televizyon kullanımının yaşam doyumunu olumsuz etkilediği sonucu, çalışma sonucumuzu destekler niteliktedir.

Araştırma kapsamında yapılan korelasyon analizi sonucunda yaşam doyumunu ve boş zaman tatmini arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Rodríguez, ve arkadaşlarının (2008). *The Relationship Between Leisure And Life Satisfaction: Application Of Activity And Need Theory*, adlı çalışmada Alman halkı üzerine yapmış oldukları araştırmada, boş zaman tatmini ile yaşam doyumunu arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu elde edilen korelasyon sonucu ile paralellik göstermektedir. Korelasyon analizinden elde edilen diğer sonuçlara göre; öğrencilerin cinsiyet faktörü bakımından boş zaman tatminleri ile yaşam doyumları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı gözlenmiştir. Yaş faktörü bakımından sadece boş zaman tatmini sağlayan eğitim boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Boş zaman tatmini elde etmede mekâna bağlı olarak açık alan, kapalı alan ve hepsi yapılan değerlendirmede, tercih edilen mekân ile fizyolojik tatmin boyutu ile rahatlama tatmin boyutu anlamlı bir şekilde ilişki göstermiştir.

Öğrencilerin boş zaman tatminlerinin ve yaşam doyumlarının cinsiyet faktörü bakımından gruplar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Boş zaman tatmini alt boyutları bakımından da gruplar arasında yine anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Elde edilen sonuç Ardahan ve Yerlisu Lapa (2010), Çelik (2011) ve Çakır (2017) tarafından yapılan çalışmalarla paralellik göstermektedir. Ancak Çakır (2017) çalışmasındaki boş zaman tatmini alt boyutları bakımından psikolojik tatmin ile rahatlama boyutları arasında cinsiyet grupları arasında anlamlı farklılık gözlenmiştir. Kılıç ve arkadaşlarının (2013) *Rekreasyonel Tatmin ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* adlı çalışmada ise cinsiyet grupları arasında boş zaman tatmini bakımında anlamlı farkların olduğu hatta tüm alt boyutlarında anlamlı şekilde farklılaştığı belirtilmektedir. Ancak yaşam doyumunu bakımından gruplar arasındaki farklılık incelemesinde benzer sonuç elde edilmiştir.

Araştırmada üniversitedeki tüm düzeyde eğitim alan öğrenciler hedef kitle alınsa da veri toplanan grup sadece lisans ve ön lisans öğrencileri olmuştur. Eğitim seviyesine göre yapılan karşılaştırmada ön lisans ile lisans okuyan öğrenciler arasında boş zaman tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Ancak boş zaman tatmin ölçeğinin eğitim boyutunda gruplar arasında eğitim tatmini bakımından anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Yaşam doyumunu bakımından gruplar arasında anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin boş zaman tatmini ve yaşam doyumlarına ilişkin görüşleri arasında yaşları bakımından elde edilen analiz sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır. Öğrencilerin uyku süresi sorusuna 1-6 saat, 7-9 saat, 10-12 ve 12 saat üzeri aralığında uyduklarını belirtmişlerdir. Boş zaman tatmini ve yaşam doyumunu bakımından öğrencilerin uyuma süreleri kendi aralarında anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır.

Öğrencilere yöneltilen boş zamanlarınızı değerlendirmek üzere tercih ettiğiniz mekânlara Açık Alan (Kır), Açık Alan (Kent), Kapalı Alan ve Hepsi şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Bu kapsamda öğrenciler boş zaman tatmini bakımından mekân tercihlerine göre yapılan karşılaştırmada gruplar arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak yaşam doyumunu ölçeğine verilen yanıtlar bakımından gruplar arasında

anlamli farklılık gözlenmiştir. İfadeler bazında Açık alan (Kır)'ı tercih edenler hiçbir mekân ile farklılaşmazken, Açık Alan(Kent)'i tercih edenler Kapalı alan ile farklılaşırken, Kapalı Alan'ı tercih edenler Açık Alan (Kent) ile farklılaşmış, Hepsi'ni tercih edenler ise sadece Açık Alan (Kır)'ı tercih edenlerle farklılaştığı gözlenmiştir.

Öğrencilere boş zamanlarını aktivitelerine katılım türüne göre değerlendirme sorusuna aktif, pasif ve hepsi şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu kapsamda elde edilen bulgulara göre boş zaman tatmini bakımından verilen yanıtlara göre gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. İfadeler bazında Hepsi yanıtı verenler diğer ifadelerle farklılık göstermezken, Aktif ve Pasif yanıtı verenler kendi içerisinde anlamlı farklılık göstermektedir. Aktivite türüne göre yaşam doyumu konusunda gruplar arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar neticesinde öğrencilerin boş zaman tatmini eğitim ve sosyal boyutundan aldıkları tatminin yaşam doyumunu çok fazla etkilemediği gözlenmiştir. Bu kapsamda kampüs içerisinde yapılacak olan sosyal ve eğitim tatminine yönelik çalışmalarla öğrencilerin yaşam doyum düzeyleri yükseltilebilir. Ayrıca bir sayfiye destinasyonu olan Alanya'da eğitim alan öğrencilerin elde ettikleri boş zaman tatmin ve yaşam doyum aritmetik ortalamalarının $\bar{X}:2,00$ - $\bar{X}:3,80$ aralığında olması, ortalama düzeyde bir boş zaman tatminine ve yaşam doyumuna sahip olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda bu değerleri arttırmak üzere öğrencilerle yüz yüze mülakatlar yapılarak daha fazla katkı sağlanabileceği araştırılabilir. Bu yönüyle bu çalışma ileride yapılacak çalışmalara yol gösterici olabilir.

KAYNAKÇA

- ACH (1980). Physical Education and Recreation/Royal Australian Institute of Parks and Recreation, Australian Council for Health, Recreation Working Paper, Adelaide: Achper Publications,
- Appleton, S. and Song, L. (2008). Life Satisfaction in Urban China: Components And Determinants. *World Development*, (36)11, 2325-2340
- Argan, M., Yüncü, D., Coşkun, O., Sevil, T., Özel, Ç.H., Yüncü, H.R. ve Şimşek, K.Y. (2013). *Rekreasyon Yönetimi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ardahan, F. ve Lapa, T.Y. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin Cinsiyete Ve Gelire Göre İncelenmesi. *Spor Bilimleri Dergisi*, 21(4), 129-136.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma Teknikleri Ve Rapor Hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Brightbill C.K. (1960) *The Challenge of Leisure*. Englewood Cliffs, NJ, PrenticeHall,
- Cha, Y.J. (2018). Correlation Between Leisure Activity Time and Life Satisfaction: Based on KOSTAT Time Use Survey Data. *Occupational Therapy International*.
- Çakır, V.O. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Doyum Düzeyleri İle Serbest Zaman Yönetimleri Arasındaki İlişki. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 17-27.
- Çelik, G. (2011). *Kamu Kuruluşlarında Çalışan Engelli Bireylerin Serbest Zaman Engellerinin Ve Tatmin Düzeylerinin İncelenmesi (Antalya Merkez Örneği)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe 'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1250-1262
- Freire, T. and Teixeira, A. (2018). The Influence of Leisure Attitudes and Leisure Satisfaction on Adolescents Positive Functioning: The Role of Emotion Regulation. *Frontiers in psychology*, 9.
- Gajewska, P. and Piskrzyńska, K. (2017). Leisure Time Management. In *Forum Scientiae Oeconomia*, 5(1), 57-69.
- Gökçe, H. (2008). Serbest Zaman Doyumunun Yaşam Doyumu Ve Sosyo-Demografik Değişkenlerle İlişkinin İncelenmesi, Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Denizli
- Hamida, N.H., Ahmada, A.R. and Awang M.M. (2016). The Effect Of Leisure Time Activities On Life Quality Of Youth in Malaysia, *International Conference On Education And Regional Development, Indonesia* 728-731
- Hilooğlu, S. and Censeven-Önder, F. (2010). The Role Of Social Skills And Life Satisfaction in Predicting Bullying Among Middle School Students, *Elementary Education Online*, 9(3), 1159-1173.
- Hou, JJ, Tu, HH, and Yang, MF. (2007). Agreeableness And Leisure Satisfaction in The Context of Online Games, *Social Behavior and Personality*, 35(10), 1379-1384.
- Adams, K.B. Leibbrandt, S. and Moon, H. (2011). A Critical Review of The Literature On Social And Leisure Activity And Wellbeing in Later Life, *Ageing and Society*, 31(4), 683-712,
- Karlı, Ü., Polat, E., Yılmaz, B. ve Koçak, S. (2008). Serbest Zaman Tatmin Ölçeği'nin (Sztö-Uzun Versiyon) Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 19(2), 80-91.
- Kement, Ü. ve Güçer, E. (2015). Kamping Yapan Bireylerin Çevre Dostu Rekreasyon Davranışlarına Ekolojik Tutum Ve Rekreasyonel Motivasyon Değişkenlerinin Etkisinin İncelenmesi. *Journal of Recreation & Tourism Research*, 2(3), 16-27.
- Kılıç, S. (2013). Örnekleme yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-6.
- Kılıç, S.K., Atasoy, K.L., Gürbüz, B. ve Öncü, E. (2013). Rekreasyonel Tatmin Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3), 56-70.
- Lapa, T.Y. (2013). Life Satisfaction, Leisure Satisfaction And Perceived Freedom Of Park Recreation Participants. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 93, 1985-1993.
- Lippman, L., Guzman, L. and Moore, K.A. (2012). Measuring Flourishing Among Youth: Findings from the Flourishing Children Positive Indicators Project. Webinar.
- Lloyd, C, King, R, Lampe, J, and McDougall, S. (2001). The Leisure Satisfaction of People With Psychiatric Disabilities. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 25(2),107-113.
- Lloyd, K.M. and Auld, C.J. (2002). The Role Of Leisure İn Determining Quality of Life: Issues Of Context And Measurement. *Social Indicators Research*, 57, 43-71.
- Lu, L and Hu, C.H. (2005). Personality, Leisure Experiences And Happiness. *Journal of Happiness Studies*, 6, 325-342.
- Lysyk, M, Brown, GT, Rodrigues, E, Mc-Nally, J and Loo, K. (2002). Translation of the leisure satisfaction scale into French: A validation study. *Occupational Therapy International*, 9(1), 76-89.
- Madiha, M. and Akhouri, D. (2018), Self Efficacy And Life Satisfaction Among Young Adults, *International Journal of Applied Science Engineering and Management*, 4(2), 19-29
- Misra, R, and McKean, M. (2000). College Students' Academic Stress And İts Relation To Their Anxiety, Time Management and Leisure Satisfaction, *American Journal of Health Studies*, 16(1), 41-51.
- Muzindutsi, P. F. and Masango, Z. (2015). Determinants Of Leisure Satisfaction Among Undergraduate Students At A South African University. *International Journal of Business and Management Studies*, 7(1,2), 33-47
- Ngai, VT. (2005). Leisure Satisfaction And Quality Of Life in Macao, China. *Leisure Studies*, 24(2),195-207.
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. (1994). Validity. *Psychometric theory*, 3, 99-132.

- Özdamar, K. (2001). Temel Örneklem Yöntemleri (Çev. Alptekin Esin, Celal Aydın and Diğerleri). Literatür Yayınları, İstanbul.
- Pearson, Q.M. (2008). Role Overload, Job Satisfaction, Leisure Satisfaction, And Psychological Health Among Employed Women, *Journal of Counseling and Development*, 86,(2), 57-63.
- Pieper J. (1965) *Leisure: The Basis of Culture*. London, Fontana
- Prasoon, R. and Chaturvedi K.R. (2016). Life Satisfaction: A literature Review The Researcher- *International Journal of Management Humanities and Social Sciences*, 1(2) 25-32
- Rodríguez, A., Látková, P. and Sun, Y.Y. (2008). The Relationship Between Leisure And Life Satisfaction: Application of Activity And Need Theory. *Social Indicators Research*, 86(1), 163.
- Schmiedeberg, C. and Schröder, J. (2017). Leisure Activities And Life Satisfaction: An Analysis With German Panel Data, *Applied Research in Quality of Life*, 12(1), 137-151.
- Siegenthaller, K.L. and Dell, I. (2000). Leisure Attitude, Leisure Satisfaction, And Perceived Freedom in Leisure Within Family Dyads. *Leisure Sciences*, 22, 281-295.
- Tepeköylü Öztürk Ö. (2019). Leisure Satisfaction of Sports Science Students, *International Education Studies*, 12(4), 42-48.
- Trottier, A.N, Brown, GT, Hobson, SJG and Miller, W. (2002). Reliability And Validity Of Leisure Satisfaction Scale (LSS Short Form) And The Adolescent Leisure Interest Profile (ALIP). *Occupational Therapy International*, 9(2), 131-144.
- Trujillo, J.L. (2007). *Leisure Meanings, Experiences and Benefits: A Cross-cultural Analysis of Young Adults*, Doctoral dissertation, University of Florida, USA
- Veal, A.J. (1992). Definitions of Leisure And Recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2(4), 44-48.
- Veenhoven, R. (2015). The Overall Satisfaction With Life: Subjective approaches (1). In *Global Handbook of Quality of Life*. Dordrecht: Springer,
- Wang, E.S.T., Chen, L.S.L., Lin, J.Y.C. and Wang, M.C.H. (2008). The Relationship Between Leisure Satisfaction And Life Satisfaction Of Adolescents Concerning Online Games. *Adolescence, Academic Research Library*, 43(169), 177-184
- Yaşartürk, F., Akyüz, H. ve Karataş, İ. (2017). Rekreatif Etkinliklere Katılan Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zamanda Sıkılma Algısı İle Yaşam Doyum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 3(Special Issue 2), 239-252.
- Yaşartürk, F., Akyüz, H., Karatas, İ. and Türkmen, M. (2018). The Relationship between Free Time Satisfaction and Stress Levels of Elite-Level Student-Wrestlers. *Education Sciences*, 8(3), 133-144
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yi, Y.S. and Park, K.R. (2009). A Study Of Leisure Constraints, Leisure Activities Participation And Life Satisfaction of The Elderly, *Korean Journal of Human Ecology*, 18(1), 1-12
- Yürcü, G. (2017). Rekreatif Faaliyet Katılım Alanlarına Göre Bireylerin Öfke İfade Tarzlarının Negatif-Pozitif Duygulanım Ve Yaşam Doyumları Üzerindeki Etkisi. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 8(18). 26-40

Siyasal Kimlik, Hayat Tarzı ve Siyasal Tercih:Malatya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma

Political Identity, Lifestyle and Political Choice: A Research on Malatya Voters

Adem DOĞAN *
Hasan BATAR **

ÖZ

Siyasal kimlikler, bir yönüyle siyaset, diğer yönüyle kimlik oluşum süreci üzerinden oluşturulmaktadır. Siyasal kimlikler partiler üzerinden şekillenmekte, siyasi partiler üzerinden işlevsel hale gelmektedir. Siyasal kimlik ve siyasi parti arasındaki diyalektik ilişkinin yansımaları doğal olarak siyasi tercihte de görmek mümkündür. Bu çerçevede hayat tarzı da siyasi kimlik ve siyasi tercih bağlamında önemli bir olgudur. Hayat tarzı, bireylerin değerleri, ilgi alanları, sosyal ilişkileri, gündelik yaşam içerisindeki pratiklerini ve siyasi tercihlerini de kapsayan bir olguyu ifade etmektedir. Bireylerin hayat tarzları da gündelik yaşam pratikleri kadar çeşitli olaylara bakışlarını, siyasi kimliklerini ve siyasi tercihlerini de etkileyebilmektedir. Bu anlamda siyasi kimlik, hayat tarzı ve siyasi tercih bir birlerini etkileyebilen olgular olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada siyasi kimlik, yaşam tarzı ve siyasi tercih olguları Malatya ilinde yapılan bir araştırma ile çeşitli değişkenler tarafından analiz edilerek, bu olguların bir birleri ile ilişkileri de ortaya konulmaya çalışılmıştır. Alan araştırması yönteminin uygulandığı bu çalışmada veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Örneklem grubunu oluşturan 1531 katılımcı ile yüz yüze görüşülerek elde edilen veriler analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre siyasi kimlik, hayat tarzı ve siyasi tercih bağlamında katılımcıların çeşitli konulara ilişkin bakış açıları arasında anlamlı ilişki vardır.

ANAHTAR KELİMELELER

Ekonomik Kalkınma, Bölgesel Kalkınma, Alternatif Turizm, Beyşehir

ABSTRACT

Political identities are formed through politics in one aspect and identity formation in the other. Political identities are shaped through parties and become functional through political parties. The reflection of the dialectical relationship between political identity and political party is naturally also seen in political choice. In this context, lifestyle is also an important phenomenon in terms of political identity and political choice. Lifestyle refers to a phenomenon that includes individuals' values, interests, social relations, practices and political preferences in daily life. Individuals' lifestyles can affect daily life practices as well as their views on various events, their political identities and their political preferences. In this sense, political identity, lifestyle and political choice are considered as inter-influential phenomena. In this study, political identity, lifestyle and political preference phenomena are analyzed by various variables in a research conducted in Malatya province and the relationship between these phenomena is also put forward. In this study in which field research method was applied, the data were obtained by questionnaire technique. A total of 1531 participants were interviewed face to face and the data were analyzed. According to the findings, there is a significant relationship between the participants' perspectives on various issues in the context of political identity, lifestyle and political choice.

KEYWORDS

Political Identity, Lifestyle, Political Choice

| <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 02.07.2019 | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 05.11.2019 |
|--|--|
| <i>Atıf</i> | Doğan, A. ve Batar, H. (2019). Siyasal Kimlik, Hayat Tarzı ve Siyasal Tercih:Malatya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 931-949. |

* Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, ademdogan23@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-0933-6072

** Doktora Öğrencisi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, hasanbatar@gmail.com ORCID: 0000-0003-4245-0168

GİRİŞ

Kimlik, Sokrates'in "Kendini tanı!"sından başlayarak, nice ustalardan geçip Freud'a gelinceye kadar felsefenin en öncelikli sorunu olmuştur (Maalouf, 15:2000) ve halen daha bu özelliğini devam ettirmektedir. Dolayısıyla kimlik tanımlaması kadar boyutlandırması da kolay olmayan bir kavramdır.

Kimlik, bir insanın sosyal çevre, din, kültür, aile, sosyal gruplar gibi çeşitli faktörlerin etkileşimi ile oluşmaktadır. Kişilerin toplumsal konumları ve üyesi oldukları çeşitli gruplar içerisindeki rolleri onların kimliklerini etkiler. Kimlik, rollere ilişkin anlamlara ek olarak davranış, beceri ve donanımları içerir.

Kimlik, insanın neyi nasıl yaptığı veya yapmadığı, kendini ve diğerini nasıl gördüğü ve değerlendirdiği; ilişkilerini nasıl düzenlediği ve yürüttüğü, şimdiyle ilgili olarak ne yaptığı ve ne yapmadığı; seveleri, kaygıları, beklentileri, tercihlerinin neler olduğu, gelecekle ilgili umutları ve umutsuzlukları ile ilgilidir. Kimlik (ve kültür) insanın ne olduğunu, nasıl olduğunu ve neden olduğunu düşüncelerden ve yaptıkları ve yapmadıklarından geçerek kendine ve dışına anlatmasıyla belirir. Kimlik insanın ne olduğu, nasıl olduğu, kendine ve dünyasına bakışı ve kendisiyle ve dışıyla olan ilişkilerini düzenleyişinin doğasını anlatır (Erdoğan, 2006:2). Bu çerçevede Castells'in (2006:12) ifadesiyle kimlik, insanların anlam ve tecrübe kaynağıdır

Toplumsal ve bireysel anlam dünyamızın şekillenmesinde de belirleyici olan kimlik, bizim haricimizdeki insanların nazarındaki fotoğrafımız olarak ayırt edici özelliğimizin karşılığıdır. Sınırları genişledikçe kimlik algıları çeşitlenmekte, farklılaşmakta ve çoğalmaktadır. Kavramın günümüzdeki karşılığı toplumsal ve siyasaldır (Emiroğlu ve diğerleri, 2003). Toplum, eylem, deneyim ve ilişkilerin zemindir. Her eylem, deneyim ve ilişki sosyal yapının verileriyle belirlenir. Dünyaya fırlatıldığımızda bir boşluğa değil, sosyal ilişkilenecek ağma düşeriz. Bütün hususiyetlerimiz oradan gelir (Heidegger, 2008: 135). Dolayısıyla bireyin siyasal tercihlerinin, toplumsal davranışlarının ve kendilerine ilişkin tasarımlarının bizzat sosyal yapının verileriyle beslendiğini söyleyebiliriz

Siyasal kimlik, günümüzde sınıf kavramının yerine kullanılmakla birlikte ondan daha değişken, daha çok boyutlu ve belirleyici güce sahip ve siyasal önemde bir kavram olarak işlev görmektedir (Gürses, 2000: 221). Toplumsal yapının etkisi ile şekillenen düşünce ve değerlerin aktarım biçimi, kullanılacak yöntemlerin, dilin nasıl bir siyasi çizginin ürünü olacağı ile ilgili tercihlerin referansı siyasal kimliklerdir. Seçimlerde oy kullanan seçmenin, siyasal tercihlerini belirlerken sosyo-kültürel yapının etkili olduğu yerin odağında demokrasi kavramına aracılanmış olan siyasal kimliklerdir. Siyasal tercihlerin belirlenmesinde hangi faktörlerin etkili olduğu sorusu, siyaset sosyolojisi başta olmak üzere çeşitli disiplinlerin ilgi alanına girdiğini bu konuda yapılan araştırmaları örnek olarak gösterebiliriz.

Öncelikle vurgulanması gereken şey siyasal kimliklerin toplumun maddi ve manevi değerlerinden soyutlanamayacağıdır. Dolayısıyla siyasal kimlikler toplumun bir parçası olan bireyin toplumla olan etkileşimi süreci ile olgunlaşmaktadır diyebiliriz. Bu siyasal kimlikler yerelde veya ulusal düzeyde yansımalarının esas unsurunu oluşturan siyasi seçimler ile bütünleşerek, sosyolojik bir güç odağına dönüşmek suretiyle seçimlerde belirleyici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerin yaşam tarzları gündelik yaşam pratiklerini, çeşitli olaylara bakışlarını, siyasal kimliklerini ve siyasal tercihlerini de etkileyebilmektedir. Hayat tarzı, bireylerin değerleri, ilgi alanları, sosyal ilişkileri, gündelik yaşam içerisindeki pratiklerini de kapsayan bir olguyu ifade etmektedir. Hayat tarzı bakımından Türk Toplumunu, Modern, Dindar Muhafazakâr ve Geleneksel Muhafazakâr olarak (Konda, 2012) üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Hayat tarzı gündelik olaylar, tüketim alışkanlıkları gibi unsurlarda etkili olduğu gibi siyasal kimlik ve siyasal tercihte de etkili olabilmektedir. Burada hayat tarzı ile siyasal kimlik arasında diyalektik bir ilişkinin olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Her iki olgu da birbirini etkileyebilmektedir.

Bu değerlendirmeler çerçevesinde bu çalışmada siyasal kimlik, yaşam tarzı ve siyasal tercih olguları Malatya ilinde yapılan bir araştırma ile çeşitli değişkenler tarafından analiz edilmekte, bu olguların bir birleri ile ilişkileri de ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Malatya tarihi Paleolitik çağa kadar giden bir şehirdir. Malatya bölgesinde Hititler, Medler, Persler ve Romalılar hüküm sürdükten sonra 656 yılında İslam hükümlerine geçmiştir. Selçuklular ve Osmanlılar döneminde önemli yerleşim merkezinden biri olarak varlığını sürdürmüştür.

Cumhuriyet ile birlikte 1924 yılında il olan Malatya'nın 2018 nüfus sayımına göre nüfusu 793.036'dır. Nüfusun %49.7'si erkek, %50.2'si ise erkektir (TÜİK). Malatya'nın seçmen sayısı 562.216'dır. 2019 yerel seçimlerinde Büyükşehir Belediye Başkanlığına AK Parti kazanırken; 8 ilçeyi AK Parti, 3 ilçeyi CHP, 1 ilçeyi MHP, 1 ilçeyi ise bağımsız belediye başkanı kazanmıştır. Seçimlerde siyasal partilerin aldıkları oylara göre, kentin siyasal eğilimlerinde muhafazakâr, demokrat, milliyetçi ve sosyal demokrat eğilimler öne çıkmaktadır.

1.KİMLİK VE KİMLİĞİN SİYASAL BOYUTU OLARAK SİYASAL KİMLİK

Aynılığı, birbirine benzerliği içeren ve Latince “idem” kökünden gelen kimlik kavramı, uzun bir tarihi olmasına rağmen yirmi birinci yüzyıla kadar popüler olarak kullanılmamıştır (Marshall, 2003: 405). Antik ve skolastik dönem bir tarafa, geleneksel aydınlanma düşüncesi dahi insanın kamusal, aktif ve rasyonel oluşunun altını çizerken onları birer “aktör” olarak değerlendirmiştir. Oysa günümüzde bireyler artık bir aktör olarak değil, kimlikleriyle tanınma sürecine girmişlerdir (Sözen, 1999:11). Bu noktadan baktığımızda günümüzde bireyi diğerlerinden ayırt eden farklılıklarının ifadesi olan kimlik, esasında kişinin parmak izi olarak da değerlendirilebilir. Makalenin giriş bölümünde de belirtildiği gibi Henry E. Brady ve Cynthia Kaplan gibi kimlik üzerinde çalışan siyaset bilimcilerinin çoğu, kimliğin etnik köken, grup düzeyinde bireyler arasındaki temas ve sosyalleşme gibi bağlamsal aktörlerin etkilediği bireysel seçimlerin bir ürünü olduğunu vurgulamışlardır (Rogers, 2004:306).

Maloof (2000:16) kimliği ifade ederken “kimliğim beni başka hiç kimseye benzemez yapan şeydir” değerlendirmesini yaparak bireyi farklı kılan unsur olma özelliğine dikkat çekmektedir. Kimlik; toplumsal, kültürel, siyasal ekonomik ve psikolojik bir yapılanma süreci olduğu için asla sabit bir yapı arz etmez; karmaşık ve değişken olduğundan sürekli yeniden konumlanır (Parmar, 1998: 19-20). Bundan dolayıdır ki kimlik esasında, yaşamsal deneyimlerin, toplumsal etkilerin, sosyo-ekonomik ilişkilerin, geçmiş ve gelecek dinamiklerin etkisiyle sürekli kendisini yenilemesi hasebiyle bir çerçeveye sığdırmanın daha ötesidir. Bu kesişimde kimlik oluşurken hâkim olacak ve belirleyecek nihai bir karar verici yoktur (Rutherford, 1998: 20). Buradan hareketle bugün sosyoloji, sosyal psikoloji, felsefe, edebiyat, siyasal bilimler, antropoloji gibi birçok disiplinin kimliği kendi bakış açılarıyla tanımlama çabaları bu çerçevenin sınırlarını her geçen gün biraz daha genişletmektedir. Ancak bir kimlik bağlamı içinde doğan bireye, sosyal olarak yüklenen anlamlar, kişi tarafından kabul edilmedikçe ve özdeşim kurulmadıkça, kendi başına bireyi tanımlamadığı için kimliği tanımlayan bireyin kendisidir (Tok, 2003: 124) denilebilir. Aydoğdu (2004:10), kimlik tanımlanmasındaki çok boyutluluk ve çeşitliliğe rağmen tanımların tümünün merkezinde “özne” olma vurgusunun olmasının; kavramın tanımı, çözümlenmesi ve sorgulanmasını kolaylaştırdığını belirtmektedir. Kimlik her ne kadar birey için ayırt edici özelliklerin aracı olarak değerlendirilse de diyalektik anlamda ise bir yere ait olmanın, bir yerde kendini konumlandırmanın belirsizlikten kaçmanın da limanıdır diyebiliriz.

Kimlik bir kişinin, bir grubun üyesi olarak tanımlanabilmesinin yanı sıra bireyin kişisel özellikler seti olarak da değerlendirilebilir. Kimlik, toplumu anlamak üzere araçsallaştırılan statü, parti ve sınıf benzeri bir zihni kategoridir (Altunoğlu, 2009:6). Kaçınılmaz bir biçimde kolektif ve kültürel, etnik ve siyasal boyutlarıyla tanımlanan kimlik; bir toplumsal yapıda cinsiyet ve yaş takımlarına, uluslardan birine, ailede ve meslekte bir role ve ideolojik bir katılıma bağlı olmak gibi geniş bir alanı kapsar (Ergun, 2000: 80). Kimliğin farklı boyutları da bulunmaktadır. Toplumsal kimlik, etnik kimlik, kültürel kimlik, ulusal kimlik ve siyasal gibi farklı kimlik boyutları vardır.

Siyasal kimlik tanımlarken esas olarak o kimliği paylaşanlar arasında bir tür içsel yakınlığın olup olmadığı sorusu çıkış noktası olmuştur. Bundan dolayı, siyasal kimlik konusu genellikle ulusal üyelik, sınıf aidiyeti ve bir ideolojik aklın dışında tutulamaz. Çünkü toplumsal/siyasal kimlik, kimliğin kişiler arası düzeydeki ifadesidir. Benliğin, belirli bir sosyal gruba ait olduğu hakkındaki bilgi veya bilincine dayanır. Bu bilinç veya bilgiler, söz konusu gruba aidiyete ilişkin bir takım duygular ve değer atıflarıyla birlikte bulunur (Bilgin, 2007: 13). Dolayısıyla siyasal kimlik bir etkiler süreci ile birlikte birey dünyasında yavaş yavaş inşa edilir. Kökeni ne olursa olsun, bir mekânsal ve toplumsal konumun varlığına, kişinin doğduğu ve çocukluğunu geçirdiği bir yer ve aile ocağı olarak vatana, bütün yurttaşların dâhil olduğu bir siyasal katılıma, ahlaki, ekonomik ve hukuki bir yurttaşlığa ve bütün nüfusun okur-yazar olmasını içeren bir sivil eğitim vurgusu gibi oluşturuculara ihtiyaç duyan siyasal kimliğin, tarafsız bir kavram olmadığı söylenebilir (Smith, 1999: 182-184).

Siyasi kimlik, kişilerin siyasi aktörler tarafından bir siyasi grubun üyeleri olarak tanındığı bir dizi özellik için ortak bir etiket olarak algılanabilir. Çünkü siyaset üzerinden bir kimlik edinmek, insanoğlunun modern dönemdeki tecrübelerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal kimlikler, daha önce de belirttiğimiz gibi bir yönüyle siyaset, diğer yönüyle kimlik oluşum süreci üzerinden oluşturulmaktadır (Göktoğa,2012:112). Örneğin, kimlik kavramının, ulus yaratma sürecinde önemli rol oynadığı düşünen Anderson, kimliklerin aslında kurgusal olduğunu belirterek onları toplumsal iletişimin bir ürünü olarak görmüştür (Anderson, 1993: 21). Çünkü siyasal kimlik bir kültür siyasasının birikimi neticesinde günümüz dünyasında toplumun kendisini temellendirmenin katalizörü işlevini görmektedir.

Bireyin sonradan edindiği bir tanımlama aracı olan siyasal kimliğin, geniş çapta aydınlar sınıfı tarafından oluşturulduğu iddia edilmiştir. Batı Avrupa’da yaşanan ekonomik ve siyasi gelişmelerin yeni tipte bir orta

sınıfı (burjuvazi) ortaya çıkarması, kimlik kavramının çok yönlü gelişmesini sağlamış ve ona daha önce benzeri görülmemiş bir siyasi boyut kazandırmıştır (Karpat, 2006: 61). Siyasal alanın anlaşılması açısından siyasal kimlik, bireylerin zihinsel ve eylemsel olarak kendilerini bir grubun üyesi olarak belirli bir yere konumlandırmasıyla eklemlenmiş durumdadır. Dolayısıyla siyasal kimlik yerelde ve ulusal düzeyde var olan düşünsel yapılanmalardan bağımsız olarak değerlendirilemezler.

2.SİYASAL KİMLİĞİN OLUŞMASINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Amin Maalouf (2000: 37) kimliğin öyle bir çırpıda verilmediğini, yaşam boyunca oluştuğunu ve değiştiğini ifade ederek, kimlik oluşumunu bir süreç olarak nitelendirmenin yanında aynı zamanda değiştiğine de dikkat çekmektedir. Kimliklerin inşası, tarihten, coğrafyadan, biyolojiden, üretken ve üremeye yönelik kurumlardan, kolektif hafızadan, kişisel fantezilerden, iktidar aygıtlarından ve dinsel vahiylerden malzemeler kullanır. Ama bireyler, toplumsal gruplar, toplumlar bütün bu malzemeyi, içinde buldukları toplumsal yapıya, uzam/zaman çerçevesinden kaynaklanan toplumsal koşullara ve kültürel projelere göre işler, bütün bu malzemenin anlamını yeniden düzenler (Castells, 2006: 14). Kimlik, özgürlük ve bireycilik gibi, ancak toplum içinde ve toplumdan geçerek oluşur ve oluşturulur. Hiç kimse toplumun dışında, toplumdan bağımsız bir kimliğe, özgürlüğe ve bireyselliğe sahip olamaz: İnsan ancak toplumda özgürdür veya köledir. Bireyin ne olduğu, özgürlüğü ve bireyciliği ancak toplumla vardır. Bireyin kimliği, özgürlüğü, zenginliği ve yoksunluğu amaçlı ve örgütlü faaliyetler içinde diğer bireylerden geçerek olur (Erdoğan, 2006: 8).

Kimlik belirleme ya da kimlik oluşumu, çevresindeki anne-baba ve tanıdık, eş, dost kişiler gibi, ilk toplumsal alanın biçimlendirdiği ya da tanıdığı kimliklerin referansı ile kimliğini oluşturan özne tarafından belirlenen bir süreçtir (Ekinci, 2008: 158). Bu süreci toplumsallaşma süreci olarak nitelendirmekteyiz. Bozkurt (2004: 111) toplumsallaşmanın bir taraftan bireylere kimlik kazandırırken diğer taraftan da toplumun kültürünü kuşaktan kuşağa aktardığını ifade ederek, sosyalleşmenin bireysel ve toplumsal önemine değinmektedir. Bu manada birey toplumsallaşma süreci ile yaşadığı toplumun bir parçası, bir ögesi olmakta ve bu yine bu süreçte bir kimlik kazanmaktadır.

Toplumsallaşma sürecinin önemli bir boyutunu da siyasal toplumsallaşma ifade etmektedir. Siyasal toplumsallaşma, bireylerin politik inanç ve tutumları elde etme sürecidir (Rob, 2007: 2). Diğer bir tanıma göre ise, siyasal toplumsallaşma, siyasal değerler ile toplum üyeleri arasında ilişki ve bu siyasal değerlerin bireylere aktarılma süreci (Türkkahraman, 2000: 23) olarak ifade edilmektedir.

Siyasal toplumsallaşma, bireylerin siyasal toplumdaki yerlerini nasıl bulacağı ve onların siyasal amaçlar, aktörler, semboller ve süreçlere karşı bireysel tutumlarını nasıl keşfedeceğini (Schwarzer, 2011: 2) ortaya koymaktadır. Siyasal toplumsallaşma ile bireyler, siyasal sistemde rol oynamaya hazır birer "siyasal insan" haline gelirler. Bu süreçle bireyler siyasal sistemin değerlerini, kurallarını, inançlarını, eğilimlerini ve davranışlarını öğrenir, neler yapmaları gerektiğini kavrar ve ne tür rol oynayacaklarını bilirler (Dursun, 2012: 221).

Siyasal toplumsallaşma sürecinde bireyin siyasal bir insan olmasını diğer bir ifadeyle siyasal kimlik kazanmasını etkileyen araçlar olarak, aile, akrayan grupları, okul ve kitle iletişim araçları başta olmak üzere, hukuk, din görevlileri, büyük toplumsal hareketleri komşuluk ilişkileri, kültürel inanç sistemi, kanaat önderleri, sivil toplum kuruluşları (Rob, 2007:3; Rosengren,1994: 6, Arnet,1995: 617) ifade etmek mümkündür.

Bunların yanında siyasal partiler ve siyasal alanı biçimlendiren ideolojilerin de siyasal kimliklerin oluşumunda yadsınamaz bir etkisi bulunmaktadır. Çünkü siyasal alan ideoloji ve siyasal partiler ekseninde şekillendiğinden bireyler üzerinde etkisi de güçlü olabilmektedir. Özellikle siyasal partiler, kurumsal yapılarının da verdiği güç ile siyasal alanın hemen her boyutunda olduğu gibi siyasal kimlik oluşumunda etkindir. Göktolga'ya göre (2012: 188) siyasal partiler ile siyasal kimlik arasında diyalektik bir ilişki vardır. Siyasal partiler, siyasal kimlikler üzerinden inşa edilirken, siyasal partiler de siyasal kimliklerin oluşumunda temel belirleyici olmuştur.

Siyasal kimlik siyasal kültür, toplumsal kültür başta olmak üzere uluslararası kültür hareketlerinden beslenmektedir. Ulusal düzeyde baktığımızda siyasal kimlik oluşumunda rejim ve devlet boyutunun önemli bir yer teşkil ettiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Devlet, geleneksel kimlikler içinde bunalmış bireye/yurttaşına yeni kimliklerini benimsetmek için tarihi de kendi açısından yeniden yorumlamış, bir kişinin sahip olabileceği temel kimlikleri yeni bir sınıflandırmaya tabi tutarak yeni bir siyasi insan ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla günümüzde tartışılan kimlik sorunu daha ziyade siyasi kimliktir ve ulus-devletlerin ortaya çıkmasından itibaren daha fazla önem kazanmıştır (Karpat, 2006: 67-69). Siyasal kimliklerin oluşumunun Batı ve Türkiye açısından kronolojik ve sosyolojik anlamda benzer merhalelerden geçtiğini söyleyemeyiz.

Avrupa modern siyasasının bükülgenliğine büyük ölçüde katkıda bulunan siyasal kimliklerin ortaya çıkması bir takım çapraz bölünmeler etkisiyle gerçekleşmiştir (Mardin, 1990: 32). Avrupa'da siyasal kimlikler

ve tercihler toplumun çatışmalara dökülmüş biçimleri olarak sosyal yapıya yerleşmişlerdir ve sosyal bölünmüşlüğü yansıtmaktadırlar. Sanayileşme ya da uluslaşma sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal yapıdaki bölünmeler ya da değer çatışmaları günümüz dünyasında Batı'daki siyasal kimlikleri şekillendirmiştir (Lipset ve Rokkan, 1967: 5-6). Dolayısıyla kitlesel bir serüvenin sonucu olan siyasal kimliklerin oluşumunda bireyin iç dinamiklerinin yanısıra, sosyal yaşamın da belirleyici fonksiyonları vardır. Bireysel anlamdaki kazanımlarımız kendimizi dışı karşı konumlandırma biçimimiz kadar, bireyin sosyalitesi üzerinde egemen olan şeyler de siyasal kimlik oluşumunda etkilidir. Paradoksal olarak kimlik bir taraftan kendimizi ifade biçimimiz diğer taraftan egemen olan şeyler tarafından dayatılan bir olgudur. Yasalar, din, bireyin yaşam alanında sürekli var olan aile, okul, arkadaşlıklar, siyasal kültürün erkleri kimliklerimizin üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadırlar.

Türkiye'de siyasal kimliklerin oluşumu ve değişimi ağırlıklı olarak merkez-çevre dikotomisi çerçevesinde ele alınmaktadır. Tanzimat'tan bu yana Türk siyasal yaşamını açıklamada anahtar kavram olan merkez-çevre dikotomisinin, bugün geldiğimiz süreçte de toplumsal ve siyasal bölünmeyi tasvir etme kabiliyetini kaybetmediği anlaşılmaktadır. Ancak, değişen toplumsal değer ve semboller, sahip olunan ideoloji, ait olunan kültür, etnik köken ve toplumsal statü gibi pek çok unsurdan etkilenen siyasal kimliklerin değişen yapısının, merkez-çevre dikotomisinden daha detaylı bir ayrıma tabi tutularak incelenmesi ve bu karmaşık yapıyı ortaya koyan bir kavramlaştırmaya gidilmesi doğru olacaktır. Cumhuriyetin kuruluş yıllarından çok partili hayata geçiş sürecine kadar parti-devlet sisteminin yaşandığı Türkiye'de modernleşme ve uluslaşma sürecinin baş aktörü konumunda bulunan CHP, uyguladığı politikalarla, sahip olduğu ilkelerin jakoben nitelikler taşıması ve tepeden modernleşme yönteminin halka dayatılması sebebiyle çevrenin marjinalleşmesine, hatta merkezden soğumasına neden olmuş, çevrenin siyasal örgütlenmesi uzun yıllar boyunca merkez ve marjinal sağın çeşitli partileri üzerinden gerçekleşmiştir (Göksu, 2013: 87-89).

Türkiye'de siyasal kimliğin oluşması ve şekillenmesinde rasyonel olan ya da olmadığı ifade edilen birçok olgu ve anlayış büyük rol oynamıştır. Türkiye'de siyasal kimlik oluşum sürecini net biçimde anlayabilmek adına geriye gidilmelidir. Kurtuluş Savaşı Dönemi'nden günümüze kadar birçok dönem içerisinde cereyan eden durum ve olgulara göre şekillenen siyasal kimlik, bireyin siyasi bir arayış içerisinde girmesi ile birlikte oluşmaya başlamış, bireysel bağlamda genellikle aile ve çevresinin etkisi ile şekillenmiştir (Yegen, 2018: 87). Tek parti döneminden çok partili hayatın başlangıcı 1950 yılına kadar geçen süre ulus devlet bilinci çerçevesinde siyasal kimlik şekillenmesinin yaşandığı bir süreçtir. 1950'den sonraki süreç ise demokratik eğilimler ortaya çıktığı bir süreç olarak değerlendirilirken sonraki süreçlerde ülke ya da küresel sistemden kaynaklanan gelişmeler çerçevesinde yeni eğilimler ortaya çıkmıştır. Türkiye'de siyasal kimlik oluşumunda travmatik siyasal deneyimlerin de önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu anlamda 1960 ve 1980 askeri darbeleri ile 28 Şubat postmodern darbesi, 27 Nisan emuhırası ve 15 Temmuz hain darbe girişimi de bu anlamda Türkiye'de siyasal kimliklerin taşınmasında ve yeniden biçimlenmesinde önemli süreçler olarak değerlendirilebilir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında siyasal kimliklerin oluşumunda temel paradigmaları ortaya koymanın zor olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü devingen bir varlık olan insan bazen toplumsal bir siyasal kimlik oluşumuna aracılık ederken, bazen de devingen bir oluşum olan toplum bireyin siyasal bir kimliğe bürünmesine aracılık etmektedir.

2.1.SİYASAL KİMLİK VE SİYASAL TERCİH İLİŞKİSİ

Siyasal kimlikler, siyasal parti kimlikleri ile büyük oranda örtüşmektedir. Siyasal kimlikler partiler üzerinden oluşturulup, siyasi partiler üzerinden işlevsel hale gelmektedir (Göktolga, 2012: 142). Bu anlamda siyasal kimlik ve siyasal parti arasındaki diyalektik ilişkinin yansımaları doğal olarak siyasal tercihte de görmek mümkündür. Emre'ye (1999) göre, İnsanımız siyasal tercihlerini değiştirmekten çok siyasal eğilimlerine, siyasi kimliğine uygun ya da yakın gördüğü partiye oy veriyor. Bu siyasal kimlikler de uzun vadede oluşan toplumsal eğilimlerin, etkileşimlerin sonucu olarak ortaya çıkıyor ve kolay kolay değişmiyor. Ebetteki bu değerlendirmeler parti sadakati ve parti aidiyeti ile ilişkilidir. Günümüzde siyasal partilere seçmenin sadakati ve aidiyeti görece azalma görüldüğünden siyasal kimliklerinin de siyasal tercihine etkisi azalma gösterebilmektedir.

Siyasal kimlik ile siyasal tercih arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu yapılan bazı çalışmalar ile ortaya konulmuştur. Doğan'ın (2014: 412) Türkiye genelinde yaptığı bir araştırmaya göre, aile üyelerinde birinin isteği üzerine oy verme ile siyasi kimlik arasındaki ilişkiyi incelediğimizde muhafazakârların (%20.4), İslamcılarının (%19.9) ve Türk milliyetçilerinin (%14.5) daha yüksek oranda aile üyelerinden birinin isteği üzerine oy verdikleri belirlenmiştir. Diğer yandan sosyal demokratlar (%14.7), İslamcılar (%7.7) ve demokratların (%5.4) daha yüksek oranda STK üyelerinden birinin isteği üzerine oy verdiği gözlemlenmiştir.

Bir ülkenin ya da yerelin siyaset analizinin doğru bir zeminde yapılmasında orada var olan siyasal kimliklerin niteliğinin bilinmesi önemli rol oynamaktadır. Çünkü siyasal kimlikler ile siyasal tercihler arasında bir bağın söz konusu olduğu aşikârdır. Dolayısıyla siyasal kimlikler genelleme yaptığımızda o ülkenin, o yerelin siyasal açıdan bir çerçevesini çizmememizde yardımcı olacaktır. İnsanın her gün yaptığı sayısız davranış ve eylemler içerisinde bazısı siyaset olgusunun yaşandığı siyaset toplumundan, siyasal kurumlardan ve siyasal iktidar süreçlerinden gelen etkilere karşı verdiği tepkilerden oluşmaktadır ki biz bunlara siyasal davranış veya siyasal eylem diyoruz (Dursun; 2012: 214). Siyasal tercihleri meslek, yaş, cinsiyet, yerleşim yeri, eğitim gibi, sosyo-demografik ve gelir, tüketim kalıbı, refah düzeyi gibi sosyo-ekonomik değişkenler etkilemektedir (Baykal, 1970:83). Sosyo-ekonomik, psikolojik, kültür ve siyasal değişkenlerin etkisiyle oluşan siyasal kimlik, bireyin ve ya toplumun siyasal tercihlerini de kendini nitelendirmiş olduğu siyasal kimliğinin bakış açısına göre kullanacaktır. Tüm bunların yanı sıra toplumların gelişmişlik düzeyleri, yapısı, toplumsal mobilizede siyasal davranışı etkilemektedir. Bu nedenle az gelişmiş ya da gelişmekte olan çoğu ülkede siyasal davranışları Batı toplumları için ortaya konulmuş kuram ve yaklaşımlar açıklamakta yetersiz kalmakta, geleneksel toplumlarda siyasal kararlar gerektiği gibi rasyonel olarak değil, başka faktörlerin etkisiyle alınmaktadır (Gülmen, 1979: 2008-2012). Tüm bu değerlendirmeler ışığında bireyin siyasal tercihinde etkili olan çok sayıda parametrenin (meslek, yaş, cinsiyet, ideoloji, siyasal parti, aile vb.) yanında siyasal kimlikler de belirli bir düzeyde etkili olabilmektedir.

3.METODOLOJİ

Bu çalışmada alan araştırması yöntemi uygulanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın evrenini Malatya ili merkez ilçe sınırlarında 86 mahallede yaşayan ve seçmen hüviyetini taşıyan vatandaşlar oluşturmuştur.

Basit tesadüfi yöntemle örneklem grubu belirlenmiş ve yüz yüze görüşmeye dayalı olarak katılımcılara anket formu 2-14 Mart 2019 tarihleri arasında uygulanmıştır. Hatalı ve geçersiz anket formlarının çıkarılmasının ardından 1531 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Tarama modelinde olan bu araştırma betimsel bir nitelik arz etmektedir. Seçmen hüviyetine sahip 18 yaş ve üzerindeki vatandaşların siyasal kimlik, hayat tarzı ve siyasal tercihleri arasındaki ilişkilerinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada frekans analizi ve ki kare testi uygulanarak, elde edilen sonuçlar detaylı bir şekilde analiz edilmiştir.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyeti

| | F | % |
|---------------|-------------|--------------|
| Kadın | 737 | 51.9 |
| Erkek | 794 | 48.1 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Anket katılımcılarından 794 kişi erkek (% 51,9); 737 kişi (% 48,1) ise kadındır. Kadın ve erkek katılımcıların oranının bir birine yakın düzeyde olması, nüfus dağılımıyla aynı düzeyde gerçekleşmiş olması bakımından kayda değerdir.

Tablo 2: Katılımcıların Yaşı

| | F | % |
|---------------|-------------|--------------|
| 18-25 | 265 | 17,3 |
| 26-35 | 401 | 26,2 |
| 36-45 | 410 | 26,8 |
| 46-55 | 300 | 19,6 |
| 56 ve üzeri | 155 | 10,1 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Ankete katılan örneklemin yaş aralığına göre dağılımı ise şu şekildedir; 265 kişi (% 17,3) 18-25 yaş; 401 kişi (% 26,2) 26-35 yaş; 410 kişi (% 26,8) 36-45 yaş; 300 kişi (% 19,6) 46-55 yaş; 155 kişi (% 10,1) ise 56 ve üzeri yaş aralığındadır.

Tablo 3: Katılımcıların Eğitim Durumu

| | F | % |
|------------------|-------------|--------------|
| Okur-Yazar Değil | 46 | 3,0 |
| İlkokul | 251 | 16,4 |
| Ortaokul | 408 | 26,6 |
| Lise | 522 | 34,1 |
| Lisans | 285 | 18,6 |
| Lisansüstü | 19 | 1,3 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Katılımcıların eğitim durumları ise şu şekildedir; 46 kişi (% 3,0) okur-yazar değil; 251 kişi (% 16,4) ilkokul; 408 kişi (% 26,6) ortaokul; 522 kişi (% 34,1) lise; 285 kişi (% 18,6) lisans; 19 kişi (% 1,3) lisansüstü mezundur.

Tablo 4: Katılımcıların Gelir Durumu

| | F | % |
|---------------|-------------|--------------|
| 1500 ve altı | 187 | 12,2 |
| 1501-2500 | 825 | 53,8 |
| 2501-4000 | 404 | 26,4 |
| 4001-6000 | 82 | 5,4 |
| 6001 ve üstü | 33 | 2,2 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Araştırma örnekleminde 187 kişi (% 12,2) aylık 1500 TL altı gelir grubu, 825 kişi (% 53,9) 1501- 2500 TL; 404 kişi (% 26,4) 2501-4000 TL, 82 kişi (% 5,4) 4001- 6000 TL, 33 kişi (% 2,2) ise 6001 TL ve üzeri gelir grubunda yer almaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Hayat Tarzı Sınıflandırmaları

| | F | % |
|------------------------|-------------|--------------|
| Modern | 500 | 32,7 |
| Geleneksel Muhafazakâr | 580 | 37,9 |
| Dindar Muhafazakâr | 405 | 26,5 |
| Diğer | 46 | 3,0 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Hayat tarzı, aile (sosyal sınıf), arkadaşlar (durum grupları, cinsiyet, kuşak) ve farklı hareket ve ağ türlerinden düzenlenmiş ve etkilenmiş alt kültürlerin rutin bir ifadesidir. Hayat tarzı, öz kimliğin dışı vurumu (Jensen, 2007: 65) olarak da nitelendirilmektedir. Hayat tarzı bireylerin gündelik yaşam pratiklerinin bir yansımasıdır. Nasıl giyinir, nereleri gezer, kimlerle arkadaşlık yapar, ne yer-içer, hangi işte çalışır, boş vakitlerinde neler yapar, iletişim araçlarını nasıl kullanır, ne tür kitaplar okur, siyasete ilgi düzeyi nedir, herhangi bir ideolojiye sahip midir gibi çok sayıda sorunun sistematik olarak gruplandırılması hayat tarzını ifade etmektedir.

Hayat tarzı bireylerin kendilerini konumlandıkları yerin bir takım değerlerini içselleştirmesi ve buna göre davranışta bulunmasının bir aracı olarak da değerlendirilebilir. Hayat tarzı sınıflandırmasında Türkiye’de genellikle Konda araştırma tarafından kapsamlı analizler sonucunda oluşturulan modern, geleneksel muhafazakâr, dindar muhafazakâr şeklinde üçlü sınıflandırma kullanılmaktadır. Araştırma kapsamında da katılımcılara bu sınıflandırmalar içerisinde kendini nasıl tanımladığı sorulmuştur.

Katılımcıların %32.7’si kendini modern olarak tanımlarken, %37.9’u geleneksel muhafazakâr, %26.5’i ise dindar muhafazakâr olarak tanımlamaktadır. Araştırmaya dâhil edilen örneklem grubuna geleneksel muhafazakâr ile dindar muhafazakâr oranının % 64,4 ile önemli bir yere tekabül ettiğini ve bu oranın Malatya’da geçmiş dönemlerde yapılan yerel ve genel seçimlere siyasal tercihler ile karşılık bulunduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 6: Siyasi Tercihe Göre Hayat Tarzı Sınıflandırması

| $\chi^2 = 5,518$; sd:24; p: ,000 | | Hayat Tarzı Sınıflandırması | | | | Toplam |
|-----------------------------------|----------------|-----------------------------|------------------------|--------------------|--------|--------|
| | | Modern | Geleneksel Muhafazakâr | Dindar Muhafazakâr | Diğer | |
| SİYASİ TERCİH | AK Parti | 20,4% | 43,5% | 34,3% | 1,8% | 100,0% |
| | CHP | 84,1% | 11,8% | ,6% | 3,5% | 100,0% |
| | MHP | 39,2% | 42,3% | 15,8% | 2,7% | 100,0% |
| | HDP | 68,6% | 14,3% | 5,7% | 11,4% | 100,0% |
| | Saadet Partisi | 5,0% | 20,0% | 70,0% | 5,0% | 100,0% |
| | İYİ Parti | 46,7% | 36,7% | 13,3% | 3,3% | 100,0% |
| | Diğer | 50,0% | | | 50,0% | 100,0% |
| | Oy Kullanmadım | 29,0% | 30,6% | 27,4% | 12,9% | 100,0% |
| | Cevap Yok | 38,6% | 36,8% | 21,1% | 3,5% | 100,0% |
| Toplam | 32,7% | 37,9% | 26,5% | 3,0% | 100,0% | |

Araştırma örneklem grubunun siyasi tercihleri ile hayat tarzı sınıflandırmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. AK Parti seçmeni daha yüksek oranda kendini Geleneksel Muhafazakâr ve Dindar Muhafazakâr olarak tanımlarken MHP ve İYİ Parti seçmeni daha yüksek oranda Geleneksel Muhafazakâr ve Modern, Saadet Partisi Seçmeni ise kendi daha yüksek oranda Dindar Muhafazakâr olarak nitelendirmektedir. CHP seçmeni ve HDP seçmeni ise kendini daha yüksek oranda Modern olarak tanımlamaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Etnik Kimlik Tanımlamaları

| Genel olarak kendinizi daha çok hangi kimlikle tanımlarsınız? | | |
|---|------|-------|
| | F | % |
| Türk | 1058 | 69,1 |
| Kürt | 426 | 27,8 |
| Zaza | 38 | 2,5 |
| Arap | 4 | 0,3 |
| Diğer | 5 | 0,3 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Etnik kimlikler, insanın tarihselliğinin bir uzantısı olmasının yanı sıra bir iletişim süreci ile beraber yaşam pratikleri sunan ve toplumsal boyutu ile bireyin aidiyet duygusunun oluşmasına aracılık etmektedir. Araştırma kapsamında örneklem grubunun %69.1'i kendi Türk, %27.8'i Kürt, %2.5'i Zaza ve %0.6 diğer kimlik ile kendini tanımlamıştır. Tabloya göre Malatya ölçeğinde baktığımızda Türk kimliği kavramı ile kendilerini tanımlayanların % 70 seviyesinde olması ve buna paralel olarak da hayat tarzı bakımından muhafazakârların yakın oranda belirlenmiş olması dikkat çekicidir.

Tablo 8: Katılımcıların Dini Kimlik Tanımlamaları

| Kendinizi Dini kimlik olarak nasıl tanımlarsınız? | | |
|---|------|-------|
| | F | % |
| Müslüman | 864 | 56,4 |
| Sünni-Müslüman | 622 | 40,6 |
| Alevi-Müslüman | 19 | 1,2 |
| Diğer | 26 | 1,7 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Bireylerin ya da toplumların kendilerini tanımlamada referans aldıkları temel kavramlardan bir diğeri de dini kimliktir. Bireysel yaşantıda var olan zihinsel alt yapının oluşmasında önemli bir kaynak olan din, yaşama katılma biçimlerini, sosyal yapılar içerisinde kendilik bilincini şekillendiren ve bireyi toplum nazarında konumlandıran önemli yapıların başında gelmektedir. Tabloya göre katılımcıların %56'ü kendini Müslüman,

%40.6'sı Sünni Müslüman, %1.2'si ise Alevi Müslüman olarak tanımlanmaktadır. Toplamda katılımcıların %98.3'ü Müslüman kimliğine sahiptir. Katılımcıların %1.7'si ise Diğer seçeneğini işaretlemişleridir. Tablo Müslüman bir ülke olarak nitelendirilen Türkiye fotoğrafının bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede baktığımızda Müslüman, Sünni-Müslüman, Alevi-Müslüman gibi inanç biçimlerinin siyasal kimliklerin oluşumunda önemli bir yer teşkil ettiklerini söyleyebiliriz.

Tablo 9: Hayat Tarzı Göre Dini Kimlik Tanımlamaları

| $\chi^2 = 198,308$; sd:9; p: ,000 | | Kendinizi dini kimlik olarak nasıl tanımlarsınız? | | | | Toplam |
|------------------------------------|------------------------|---|----------------|----------------|--------|--------|
| | | Müslüman | Sünni-Müslüman | Alevi-Müslüman | Diğer | |
| HAYAT TARZI | Modern | 346 | 126 | 13 | 15 | 500 |
| | | 69,2% | 25,2% | 2,6% | 3,0% | 100,0% |
| | Geleneksel muhafazakâr | 321 | 251 | 5 | 3 | 580 |
| | | 55,3% | 43,3% | 0,9% | 0,5% | 100,0% |
| | Dindar-muhafazakâr | 166 | 238 | 1 | 0 | 405 |
| | | 41,0% | 58,8% | 0,2% | 0,0% | 100,0% |
| Diğer | 31 | 7 | 0 | 8 | 46 | |
| | 67,4% | 15,2% | 0,0% | 17,4% | 100,0% | |
| Toplam | | 864 | 622 | 19 | 26 | 1531 |
| | | 56,4% | 40,6% | 1,2% | 1,7% | 100,0% |

Katılımcıların hayat tarzı ile dini kimlikleri arasında diyalektik bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere modern hayat tarzına sahip olduğunu düşünenler kendini Müslüman olarak tanımlarken, geleneksel muhafazakâr ve dindar muhafazakârlar daha yüksek oranda kendini Sünni Müslüman olarak ifade etmektedir. Bir başka açıdan ise, Müslüman kimlik üzerinden kendini tanımlayanların %69,2'si modern, % 55,3'ü geleneksel muhafazakâr, % 41,0'ı ise dindar muhafazakâr bir hayat tarzını benimsemektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Siyasal Kimlik Tanımlamaları

| Aşağıdaki siyasi kimliklerden hangisi sizi en uygun olarak tanımlamaktadır? | | |
|---|------|-------|
| | F | % |
| Muhafazakâr | 689 | 45,0 |
| Milliyetçi | 396 | 25,9 |
| Atatürkçü | 125 | 8,2 |
| İslamcı | 126 | 8,2 |
| Demokrat | 63 | 4,1 |
| Sosyalist | 53 | 3,5 |
| Sosyal Demokrat | 40 | 2,6 |
| Diğer | 39 | 2,5 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Kavram olarak kimlik, kolektif aidiyetlerden başka, arzularımız, hayallerimiz, kendimizi tasavvur etme, yaşama ilişki kurma-tanınma biçimimiz gibi hayattaki duruş yerimizi bildiren niteliklerin toplamını ifade etmektedir (Bostancı, 1998: 42). Bunun yanı sıra siyasal kimliklerin varlığı siyasal partilerin yaşam serüvenlerinde ve kendilerini konumlandırma biçimlerinde aynı etkidir. Bunu biçimlendiren faktörler arasında Milliyetçilik, Muhafazakârlık, İslamcılık, Atatürkçülük; Demokratlık gibi kavramlar toplumsal bir ayrışmaya veya bireyin ait olma ihtiyacına aracılık etmesinin yanı sıra siyasal partilerin kendi ideolojisine yakın kitlelerle iletişim kurma biçimini de düzenlemektedir.

Katılımcıların %45.0'ı kendini muhafazakâr, %25.9'u milliyetçi, %8.2'si İslamcı, %4.1'i demokrat olarak sağ siyasi yelpaze çerçevesinde şekillenen kimlikler bağlamında tanımlanmaktadır. Diğer yandan katılımcıların %8.2'si Atatürkçü, %3,5'i sosyalist, %2,6'sı ise sosyal demokrat kimlikleriyle sol siyasi yelpazede şekillenen kimlikler çerçevesinde tanımlanmaktadır. Bu dağılım siyasal tercihler ile benzer bir eğilim ortaya koymaktadır. Sağ siyasi yelpazede şekillenen siyasal kimlikler ile kendini tanımlayan katılımcıların oranı %83.2 iken, 24 Haziran 2018 genel seçimlerinde sağ siyasi yelpazede siyaset yapan siyasal partilerin (AK Parti, MHP, SP) aldıkları oyların toplamı yaklaşık olarak %76'dır. Sol siyasi yelpazede kendimi tanımlayan katılımcıların oranı %14.3 iken siyasi yelpazede siyaset yapan siyasal partilerin (CHP, Vatan) aldıkları oyların toplamı yaklaşık olarak %17 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 11: Hayat Tarzı ile Siyasi Kimlik Tanımlamaları Arasındaki İlişki

| | | Aşağıdaki siyasi kimliklerden hangisi size en uygundur? | | | | | | | | Toplam |
|-------------|------------------------|---|------------|----------|-----------------|-----------|-----------|---------|-------|--------|
| | | Muhafazakâr | Milliyetçi | Demokrat | Sosyal Demokrat | Sosyalist | Atatürkçü | İslamcı | Diğer | |
| | | 140 | 124 | 37 | 20 | 40 | 107 | 13 | 19 | 500 |
| | | 28,0% | 24,8% | 7,4% | 4,0% | 8,0% | 21,4% | 2,6% | 3,8% | 100,0% |
| HAYAT TARZI | Modern | 305 | 197 | 18 | 12 | 5 | 11 | 19 | 13 | 580 |
| | Geleneksel Muhafazakâr | 52,6% | 34,0% | 3,1% | 2,1% | 0,9% | 1,9% | 3,3% | 2,2% | 100,0% |
| | Dindar-Muhafazakâr | 238 | 65 | 7 | 6 | 3 | 0 | 85 | 1 | 405 |
| | Diğer | 58,8% | 16,0% | 1,7% | 1,5% | 0,7% | 0,0% | 21,0% | 0,2% | 100,0% |
| Toplam | | 6 | 10 | 1 | 2 | 5 | 7 | 9 | 6 | 46 |
| | | 13,0% | 21,7% | 2,2% | 4,3% | 10,9% | 15,2% | 19,6% | 13,0% | 100,0% |
| Toplam | | 689 | 396 | 63 | 40 | 53 | 125 | 126 | 39 | 1531 |
| | | 45,0% | 25,9% | 4,1% | 2,6% | 3,5% | 8,2% | 8,2% | 2,5% | 100,0% |

Katılımcıların hayat tarzı ile siyasi kimlik tanımlamaları arasındaki ilişkiden tablodan da görüldüğü üzere dindar muhafazakâr ve geleneksel muhafazakâr hayat tarzı benimseyenlerin önemli bir bölümü (% 58,8) siyasal kimlik olarak da muhafazakâr kimlik üzerinden kendilerini tanımlamaktadırlar. Öte yandan tablo içerisinde bahsi geçen bütün hayat tarzlarında milliyetçi bir siyasi kimlik üzerinden de kendini tanımlayanların oranı %16 ile %34 arasında değişmektedir. Geleneksel muhafazakâr hayat tarzını benimseyenlerin Atatürkçü siyasi kimliği % 1,9 iken; modern hayat tarzını benimseyenlerin Atatürkçü siyasi kimliği üzerinden kendini tanımlama oranı ise %21.4 olarak görülmektedir.

Tablo 12: Katılımcılara Göre Siyasi Görüşe Sahip Olmanın Önemsizliği

| Sizce bir siyasal görüşe/kimliğe sahip olmak gerekir mi? | | |
|--|------|-------|
| | F | % |
| Evet | 849 | 55,5 |
| Hayır | 682 | 44,5 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Siyasal görüşler oy kullanan seçmenler ve siyaset üreten politikacılar nazarında önemli bir yere tekabül etmektedir. Çünkü kamuoyunu etkileme, yönlendirme ve toplumsal manada bir etki oluşturmanın önemli unsurlarından biri de siyasal görüş/siyasal kimliklerdir. Katılımcıların yarıdan fazlası (%55,5) bir siyasal görüşe/ kimliğe sahip olmayı önemsemektedir. Katılımcıların %44,5'i ise siyasi bir görüşe, siyasi bir kimliğe sahip olmanın gerekli olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 13: Hayat Tarzına Göre Siyasi Görüşe Sahip Olma Düşüncesi

| | | Sizce bir siyasal görüşe/kimliğe sahip olmak gerekir mi? | | Toplam |
|-------------|------------------------|--|-------|--------|
| | | Evet | Hayır | |
| | | 46,8% | 53,2% | 100,0% |
| | | 54,3% | 45,7% | 100,0% |
| HAYAT TARZI | Modern | 69,6% | 30,4% | 100,0% |
| | Geleneksel Muhafazakâr | 39,1% | 60,9% | 100,0% |
| | Dindar Muhafazakâr | 55,5% | 44,5% | 100,0% |
| Toplam | | 55,5% | 44,5% | 100,0% |

Hayat tarzı ile siyasi bir görüşe sahip olma düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre, Modernler diğer hayat tarzlarına göre daha düşük (%46.8) düzeyde siyasi bir görüşe sahip olunması gerektiğini düşünmektedir. Geleneksel Muhafazakârların %54,3'ü, dindar Dindar Muhafazakârların ise %69,6'sı siyasi bir görüşe sahip olunması gerektiğini düşünmektedir.

Tablo 14: Siyasal Kimliğe Göre Siyasal Görüşe Sahip Olma Düşüncesi

| | | $\chi^2 = 28,721$; sd:7; p: ,000 | | Toplam |
|---------------|-----------------|--|--------|--------|
| | | Sizce bir siyasal görüşe/kimliğe sahip olmak gerekir mi? | | |
| | | Evet | Hayır | |
| SİYASİ KİMLİK | Muhafazakâr | 368 | 321 | 689 |
| | | 53,4% | 46,6% | 100,0% |
| | Milliyetçi | 237 | 159 | 396 |
| | | 59,8% | 40,2% | 100,0% |
| | Demokrat | 39 | 24 | 63 |
| | | 61,9% | 38,1% | 100,0% |
| | Sosyal Demokrat | 25 | 15 | 40 |
| | | 62,5% | 37,5% | 100,0% |
| | Sosyalist | 24 | 29 | 53 |
| | | 45,3% | 54,7% | 100,0% |
| | Atatürkçü | 61 | 64 | 125 |
| | | 48,8% | 51,2% | 100,0% |
| İslamcı | 84 | 42 | 126 | |
| | 66,7% | 33,3% | 100,0% | |
| Diğer | 11 | 28 | 39 | |
| | 28,2% | 71,8% | 100,0% | |

Siyasal görüşler genellikle siyasal kimliklerin etki alanında şekillenir. Tabloya göre bir siyasal görüşe sahip olmanın en çok etkin olduğu siyasal kimlikler sırasıyla; % 66,7 İslamcı, % 62,5 Sosyal demokrat,% 61,9 ile demokratlar arasında daha çok önemsenmektedir. Dolayısıyla seçmenlerin siyasal kimlikleri ile siyasal görüş/kimliğe sahip olma gerekliliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tablo 15: Siyasal Tercihe Göre Siyasal Görüşe Sahip Olma Düşüncesi

| | | $\chi^2 = 21,968$; sd:8 p: ,000 | | Toplam |
|---------------|----------------|--|-------|--------|
| | | Sizce bir siyasal görüşe/kimliğe sahip olmak gerekir mi? | | |
| | | Evet | Hayır | |
| SİYASİ TERCİH | AK Parti | 59,2% | 40,8% | 100,0% |
| | CHP | 51,2% | 48,8% | 100,0% |
| | MHP | 53,6% | 46,4% | 100,0% |
| | HDP | 60,0% | 40,0% | 100,0% |
| | Saadet Partisi | 55,0% | 45,0% | 100,0% |
| | İYİ Parti | 63,3% | 36,7% | 100,0% |
| | Diğer | 50,0% | 50,0% | 100,0% |
| | Oy Kullanmadım | 21,0% | 79,0% | 100,0% |
| | Cevap Yok | 45,6% | 54,4% | 100,0% |
| Toplam | | 55,5% | 44,5% | 100,0% |

Siyasal tercih ile siyasal bir görüşe sahip olma gerekliliği arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tabloya göre her siyasal partiyi tercih edenler belirli oranlarda bir siyasal görüşe sahip olma gerekliliğini ifade etmişlerdir. Ancak, İYİ Parti, AK Parti, ve Saadet Partisi seçmeni diğer seçmen gruplarına göre kısmen de olsa daha yüksek oranda bir siyasal görüşe sahip olma gerekliliği beyanında bulunmuşlardır.

Tablo 16: Genel Ve Yerel Seçimlerde Oy Kullanma Sıklığı

| | F | % |
|------------------|------|-------|
| Her seçimde | 1213 | 79,2 |
| Bazen | 267 | 17,4 |
| Hiç oy kullanmam | 51 | 3,3 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Bir siyasal görüşe sahip olma ve bu görüşlerin karşılığı olan bir siyasal parti tercihi yapmak seçmenler için siyasal tercihlerinin yerel ve ulusal yönetime yansımadaki kararlılıklarının bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Bu davranış sıklığı aynı zamanda seçmenin bir siyasal görüşe sahip olma konusundaki

duruşunu da ön plana çıkartmaktadır. Bunun yanı sıra yerel belediyelerin ve merkezi hükümetin performansı, alternatifler, seçmenlerin oy kullanma sıklıklarına etki eden diğer faktörler arasında yer almaktadır.

Katılımcıların %79,2'si her seçimde oy kullandığını ifade ederken, %17,4'ü bazen oy kullandığını ifade etmiştir. Katılımcıların %3,3'ü ise hiçbir zaman oy kullanmadıklarını dile getirmişlerdir. Buna göre, Malatya siyasal katılımın önemli bir göstergesi olan seçimlere katılım oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 17: Hayat Tarzına Göre Genel ve Yerel Seçimlerde Oy Kullanma Sıklığı

| | | “Genel ve yerel seçimlerde ne sıklıkla oy kullanırsınız?” | | | Toplam |
|-----------------------------------|------------------------|---|-------|------------------|--------|
| | | Her Seçimde | Bazen | Hiç Oy Kullanmam | |
| $\chi^2 = 18,633$; sd:6; p: ,005 | | | | | |
| HAYAT TARZI | Modern | 82,0% | 14,0% | 4,0% | 100,0% |
| | Geleneksel Muhafazakâr | 77,2% | 20,5% | 2,2% | 100,0% |
| | Dindar-Muhafazakâr | 79,8% | 17,0% | 3,2% | 100,0% |
| | Diğer | 69,6% | 19,6% | 10,9% | 100,0% |
| Toplam | | 79,2% | 17,4% | 3,3% | 100,0% |

Katılımcıların hayat tarzı ile seçimlerde oy kullanma sıklığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tabloda da görüldüğü üzere modern hayat tarzına sahip olanlar diğerlerine göre daha yüksek oranda her seçimde oy kullanmaktadır. Bu durum demokrasiye olan inançtan kaynaklı olarak değerlendirilmektedir.

Siyasi kimlik ile oy kullanma sıklığı arasındaki ilişki analiz edildiğinde bu durum daha net olarak ortaya çıkmaktadır. Siyasi kimlik olarak kendilerini demokrat olarak tanımlayanların % 92,1'si; sosyal demokratların %85,0'ı, muhafazakârların ise %77,8'i her seçimde her genel ve yerel seçimlerde sandık başına gitmektedir.

Siyasal kimlik olarak kendini Demokrat olarak tanımlayanların %92,1'i, Atatürkçü olarak tanımlayanların %86,4'ü, Sosyal demokrat olarak tanımlayanların %85,0'ı her seçimde oy kullandığını ifade etmektedirler. Hayat tarzı bakımından kendini modern olarak tanımlayanlar da ifade edildiği üzere bu durumum demokrasi inancı ve kültürüyle ilgili olduğu düşünülmektedir.

Tablo 18: Katılımcıların Çocuklarının Kendi Siyasi Görüşünü Paylaşma Düşüncesi

| Çocuklarınızın Kendi Siyasi Görüşünüzü Paylaşmasını İster misiniz? | | |
|--|------|-------|
| | F | % |
| Evet-kesinlikle | 679 | 44,4 |
| Fark etmez-kendi tercihi | 759 | 49,6 |
| Hayır | 93 | 6,1 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Siyasal karar verme süreçlerinde bireylerin en çok etkilendiği ve buna göre de bir davranış sergilediği sosyo-politik düşüncenin somutlaştığı yer ailedir. Aile, çocukların bir siyasal partiye karşı duygusal bir bağ geliştirmesinin temelinde yatan bir etkidir. Kimi araştırmacılara göre, çocukların siyasal toplumsallaşma sürecinde, siyasal parti kimliğinin aşılmasında, aile en büyük faktördür. Ailede anne-baba-çocuk arasında siyasal bilgi alışverişinin olması, çocukların küçük yaşta bir siyasal parti seçmelerinin yanında, seçilen partinin anne-babanın desteklediği siyasal parti olma olasılığını da artırmaktadır (Karakoç, 2000: 39).

Easton ve Dennis, çocukların siyasal sosyalleşmesinin dört aşamadan geçtiğini ifade etmektedirler. Bunlardan birincisi, “siyasallaşma aşaması”dır. Bu aşamada çocuk ailesi dışında siyasal bir alanın varlığının farkına varır. İkinci aşama olan “kişiselleştirme aşaması”nda ise çocuk için başkan ve polis iki ideal otorite ve makamlardır. Üçüncü aşamada “genelleme aşaması”dır ki, bu aşamada çocuk ideal otorite sahiplerini idealize eder, siyasal meşrulaştırma genelleştirilir. Son aşama ise “kurumsallaştırma aşaması”dır. Bu aşamada, kişiselleştirilmiş yapılardan kurumlara yön değiştirilmesi gerçekleşir (Sears, 1971: 155).

Aile, uyguladığı bilinçli toplumsallaşma süreci ile çocuğa toplumsal değer ve normları olduğu kadar, aile içi somut ilişkilerle de belli karar verme kalıplarını aktarmaktadır. Bu nedenle aile hem seçme işlemi, hem de davranışın temelini veren bir öge olarak sosyo-politik bir önem taşımaktadır (Uysal, 1981: 115–116.). Değişen toplumsal yapıyla birlikte toplumsal bakış açılarında da değişimlerin olması kaçınılmazdır. Bu değişim ailenin de daha demokratik bir yapıya kavuşmasını etkilemiştir. Aile içi demokrasinin önemli göstergelerinden biri de ebeveynler ile çocukların siyasal görüşü paylaşımına ilişkin değerlendirmelerdir.

Tabloda da görüldüğü üzere katılımcıların %44.4'ü çocuklarının kendi siyasi görüşünü paylaşmasını isterken; %49.6'sı ise fark etmez değerlendirmesinde bulunmuştur. Katılımcıların %6.1'i ise çocuklarının kendi siyasi görüşünü paylaşmasını istemediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 19: Hayat Tarzına Göre Çocuklarının Kendi Siyasi Görüşünü Paylaşma Düşüncesi

| | | Çocuklarınızın kendi siyasi görüşünüzü paylaşmasını ister misiniz? | | | Toplam |
|----------------------------------|------------------------|--|--------------------------|-------|--------|
| | | Evet Kesinlikle | Fark Etmez Kendi Tercihi | Hayır | |
| $\chi^2 = 9,592$; sd:6; p: ,000 | | | | | |
| HAYAT TARZI | Modern | 41,4% | 52,6% | 6,0% | 100,0% |
| | Geleneksel Muhafazakâr | 36,9% | 58,4% | 4,7% | 100,0% |
| | Dindar Muhafazakâr | 59,3% | 32,6% | 8,1% | 100,0% |
| | Diğer | 39,1% | 54,3% | 6,5% | 100,0% |
| Toplam | | 44,4% | 49,6% | 6,1% | 100,0% |

Katılımcılara yöneltilen “çocuklarınızın kendi siyasi görüşünüze sahip olmasını ister misiniz? sorusuna hayat tarzına göre farklı beyanlarda bulunulmuştur. Dindar Muhafazakârlar %59.3 oranında evet kesinlikle cevabı verirken, geleneksel muhafazakârlar ise %58.4 oranında fark etmez kendi tercihi değerlendirmesinde bulunmuşlardır.

Tablo 20: Siyasi Kimliğe Göre Çocuklarının Kendi Siyasi Görüşünü Paylaşma Düşüncesi

| | | Çocuklarınızın kendi siyasi görüşünüzü paylaşmasını ister misiniz? | | | Toplam |
|-------------------------------------|-----------------|--|--------------------------|--------|--------|
| | | Evet Kesinlikle | Fark Etmez Kendi Tercihi | Hayır | |
| $\chi^2 = 32,014$; sd:14; p: 0,004 | | | | | |
| SİYASİ KİMLİK | Muhafazakâr | 311 | 344 | 34 | 689 |
| | | 45,1% | 49,9% | 4,9% | 100,0% |
| | Milliyetçi | 168 | 206 | 22 | 396 |
| | | 42,4% | 52,0% | 5,6% | 100,0% |
| | Demokrat | 26 | 32 | 5 | 63 |
| | | 41,3% | 50,8% | 7,9% | 100,0% |
| | Sosyal Demokrat | 16 | 21 | 3 | 40 |
| | | 40,0% | 52,5% | 7,5% | 100,0% |
| | Sosyalist | 25 | 26 | 2 | 53 |
| | | 47,2% | 49,1% | 3,8% | 100,0% |
| Atatürkçü | 49 | 67 | 9 | 125 | |
| | 39,2% | 53,6% | 7,2% | 100,0% | |
| İslamcı | 74 | 38 | 14 | 126 | |
| | 58,7% | 30,2% | 11,1% | 100,0% | |
| Diğer | 10 | 25 | 4 | 39 | |
| | 25,6% | 64,1% | 10,3% | 100,0% | |
| Toplam | | 679 | 759 | 93 | 1531 |
| | | 44,4% | 49,6% | 6,1% | 100,0% |

Seçmenlerin siyasi kimlikleri ile çocuklarının kendi siyasi görüşlerini paylaşma düşüncesi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan tabloya göre siyasal kimlik olarak İslamcılarının % 58,7'si, Sosyalistlerin %47.2'si, Muhafazakârların % 45,1'i çocuklarının kendi siyasi görüşlerini paylaşması düşüncesi taşımaktadırlar. Diğer yandan Atatürkçülerin %53.6'sı, sosyal demokratların %52.5'i, Milliyetçilerin %52.0'ı, Demokratların %50.8'i ise fark etmez kendi tercihi değerlendirmesinde bulunmuşlardır.

Tablo 21: Siyasi Tercihe Göre Çocuklarının Kendi Siyasi Görüşünü Paylaşma Düşüncesi

| | | Çocuklarınızın kendi siyasi görüşünüzü paylaşmasını ister misiniz? | | | Toplam | |
|----------------------|--|--|--------------------------|-------|--------|--------|
| | | Evet Kesinlikle | Fark etmez Kendi Tercihi | Hayır | | |
| SIYASİ TERCİH | | AK Parti | 46,4% | 47,9% | 5,7% | 100,0% |
| | | CHP | 45,9% | 47,6% | 6,5% | 100,0% |
| | | MHP | 45,9% | 50,9% | 3,2% | 100,0% |
| | | HDP | 37,1% | 51,4% | 11,4% | 100,0% |
| | | Saadet Partisi | 45,0% | 55,0% | | 100,0% |
| | | İYİ Parti | 43,3% | 46,7% | 10,0% | 100,0% |
| | | Diğer | 50,0% | 50,0% | | 100,0% |
| | | Oy Kullanmadım | 14,5% | 67,7% | 17,7% | 100,0% |
| | | Cevap Yok | 36,8% | 56,1% | 7,0% | 100,0% |
| Toplam | | 44,4% | 49,6% | 6,1% | 100,0% | |

Katılımcıların siyasi tercihi ile çocuklarının kendi siyasi görüşlerini paylaşma düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. AK Parti seçmeni diğer partilere göre daha yüksek oranda çocuklarının da kendi siyasi görüşünde olmalarını isterken, Saadet Partisi seçmeni ise diğer parti seçmenlerine göre daha yüksek oranda fark etmez kendi tercihi değerlendirmesinde bulunmuştur.

Tablo 22: Katılımcıların Çocuğu Farklı Bir Siyasi Görüşü Sahip Olması Durumunda Tavrı

| | F | % |
|-------------------------------------|------|-------|
| Kesinlikle Karışmam | 784 | 51,2 |
| Değiştirmesini İsterim Ama Zorlamam | 606 | 39,6 |
| Değiştirmesi İçin Zorlarım | 133 | 8,7 |
| Diğer | 8 | ,5 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Siyasal sosyalleşme sürecinde ailenin yanı sıra okul, sivil toplum kuruluşları, arkadaşlar ve kitle iletişim araçları gibi farklı araçlar etkili olmaktadır. Bu araçların da etkisiyle aile ile çocukların görüşü farklılık gösterebilmektedir. Bu kapsamda katılımcılara çocuklarının siyasi görüşlerinin kendi siyasi görüşlerinden farklı olması durumunda ne tür bir tavır ortaya koydukları sorulmuştur. Buna göre katılımcıların %51.2'si kesinlikle karışmam demiştir. Buna karşın katılımcıların %39.6'ı ise "değiştirmesini isterim ama zorlamam" değerlendirmesinde bulunmuştur. Katılımcıların %8.7'si ise "değiştirmesi için zorlarım" beyanında bulunmuştur.

Tablo 23: Hayat Tarzına Göre Çocuğu Farklı Bir Siyasi Görüşü Sahip Olması Durumunda Tavrı

| | | Çocuğunuz farklı bir siyasi görüşü sahip olsa ne yaparsınız? | | | | Toplam |
|--------------------|------------------------|--|-------------------------------------|----------------------------|-------|--------|
| | | Kesinlikle Karışmam | Değiştirmesini İsterim Ama Zorlamam | Değiştirmesi İçin Zorlarım | Diğer | |
| HAYAT TARZI | Modern | 64,8% | 28,4% | 6,6% | ,2% | 100,0% |
| | Geleneksel Muhafazakâr | 49,5% | 43,1% | 7,1% | ,3% | 100,0% |
| | Dindar Muhafazakâr | 36,0% | 49,4% | 13,6% | 1,0% | 100,0% |
| | Diğer | 58,7% | 30,4% | 8,7% | 2,2% | 100,0% |
| Toplam | | 51,2% | 39,6% | 8,7% | ,5% | 100,0% |

Katılımcıların hayat tarzı ile göre çocuğu farklı bir siyasi görüşü sahip olması durumunda takınılan tavır arasında anlamlı bir ilişki vardır. Kendini modern olarak tanımlayan katılımcıların %64.8'i çocuğuma karışmam derken, geleneksel muhafazakârların %49.5'i, dindar muhafazakârların %36.'sı "çocuğuma karışmam" değerlendirmesinde bulunmuştur. Dindar muhafazakârların %13.6'sının değiştirmesi için zorlarım

yönündeki beyanları ise dikkat çekmektedir. Bu anlamda modern hayat tarzına sahip olduğunu düşünenlerin diğerlerin göre daha çocuklarının siyasi görüşünü değiştirmesi yönünde bir tavır içerisine girmeme eğilimlerinin daha yüksek oranda olduğu belirlenmiştir.

Tablo 24: Katılımcıların Farklı Bir Siyasi Görüşü Olduğunu Bildiği Yerden Alış Veriş Yapma Durumu

| Farklı bir siyasi görüşü olduğunuzu bildiğiniz bir yerden alışveriş yapar mısınız? | | |
|--|------|-------|
| | F | % |
| Evet kesinlikle | 334 | 21,8 |
| Fark etmez | 1027 | 67,1 |
| Hayır | 170 | 11,1 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Siyasal görüş bireylerin gündelik yaşamda bireylerin çeşitli davranışlarını etkileyebilmektedir. Bu anlamda bireylerin tüketici olarak davranışlarında etkili olan faktörlerden biri de siyasi görüş olabilmektedir. Katılımcıların, %21.8'i ise farklı bir siyasi görüşü olduğunu bildiği yerden alışveriş yapacağını güçlü bir şekilde ifade ederken, katılımcıların %67.1'i ise fark etmez değerlendirmesinde bulunmuştur. Katılımcıların, %11.1'i ise farklı bir siyasi görüşü olduğunu bildiği yerden alışveriş yapmayacağını belirtmiştir. Siyasi görüşünün alışveriş yapma konusunda belirleyici olmadığını söyleyebiliriz. Çünkü farklı bir siyasi görüşü olan yerde alışveriş yaparım diyenlerin oranı ki buna fark etmez diyenleri de eklediğimizde %88,9'a (1361 kişi) tekabül etmektedir.

Tablo 25: Siyasi Kimliğe Göre Farklı Bir Siyasi Görüşü Olduğunu Bildiği Yerden Alış Veriş Yapma Durumu

| | | Farklı bir siyasi görüşü olduğunuzu bildiğiniz bir yerden alışveriş yapar mısınız? | | | Toplam | |
|---------------|-----------------|--|--------------|---------------|---------------|----------------|
| | | Evet Kesinlikle | Fark Etmez | Hayır | | |
| | | $\chi^2 = 96,871$; sd: 14; p: ,000 | | | | |
| | | | | | | |
| SİYASİ KİMLİK | Muhafazakâr | 136 19,7% | 485 70,4% | 68 9,9% | 689 100,0% | |
| | Milliyetçi | 80 20,2% | 271 68,4% | 45 11,4% | 396 100,0% | |
| | Demokrat | 23 36,5% | 36 57,1% | 4 6,3% | 63 100,0% | |
| | Sosyal Demokrat | 13 32,5% | 22 55,0% | 5 12,5% | 40 100,0% | |
| | Sosyalist | 28 52,8% | 24 45,3% | 1 1,9% | 53 100,0% | |
| | Atatürkçü | 31 24,8% | 85 68,0% | 9 7,2% | 125 100,0% | |
| | İslamcı | 16 12,7% | 73 57,9% | 37 29,4% | 126 100,0% | |
| | Diğer | 7 17,9% | 31 79,5% | 1 2,6% | 39 100,0% | |
| | Toplam | | 334 21,8% | 1027 67,1% | 170 11,1% | 1531 100,0% |

Siyasal kimlik ile farklı bir siyasi bir görüşe sahip olduğu bilinen alışveriş merkezi arasındaki ilişkiyi gösteren tabloya baktığımızda sosyalistlerin %52,8'i, demokratların %36,5'i yaparım değerlendirmesinde bulunurken, muhafazakarların %70,4'ü, Milliyetçilerin %68,4'ü, Atatürkçülerin %68,0'ı fark etmez beyanında bulunmaktadırlar. İslamcılarının %29,4'ü, sosyal demokratların %12,5'i, Milliyetçilerin ise %11,4'ü hayır yapmam görüşündedirler.

Tablo 26: Katılımcıların Sağ-Sol Kutuplaşmasında Kendini Gördükleri Yer

| Sağ-sol kutuplaşmasında kendinizi nerede görüyorsunuz? | | |
|--|------|-------|
| | F | % |
| Sağ | 921 | 60,2 |
| Sol | 179 | 11,7 |
| Merkez | 210 | 13,7 |
| Hiçbiri | 221 | 14,4 |
| Toplam | 1531 | 100,0 |

Kutuplaşma kavramı disiplinler arasında birçok farklı tanımlama ile karşımıza çıkmaktadır. Toplumlar arasındaki diyalog mesafesinin aralığı kutuplaşmanın boyutlarının ortaya konulması açısından önemlidir. Kutuplaşma çoğunlukla bireylerin dâhil olduğu etnik, siyasi, dini vb. gruplara ait yaklaşımlar çerçevesinde ortaya çıktığı için, grup üzerinden oluşturulan kimliğin açıklanması kutuplaşmayı ve kutuplaşmanın sebeplerini anlamak için önemlidir. Siyasi kutuplaşmayı, hem partileşme hem bu partilerin yürüttüğü politikalar hem de bu politikaların vatandaşa yansımaları olarak değerlendirmek gerekmektedir (Bilgiç, 2014: 167). Dolayısıyla kutuplaşma bireylerin siyasi kimliklerinin yansımalarının bir göstergesi olarak değerlendirildiğinde sağ ve sol kavramlarının ideolojik boyutunun yanı sıra ilgili toplum içinde bireyin bir statüsü ve prestiji olarak da nitelendirilebilir. Bunların yanı sıra sağ ve sol ideoloji üzerinden kendilerini tanımlayanların seçmen-siyasal tercih-siyasal parti arasındaki iletişim boyutunu da şekillendirmektedir.

Araştırma kapsamında, katılımcıların %60.2'si kendini sağ-sol kutuplaşmasında "sağ"da gördüğünü ifade ederken %11.7'si ise "sol"da ifade etmektedir. Katılımcıların %13,7'si ise kendini merkez de tanımlamaktadır. Örneklem grubunun %14.4'ü ise sağ-sol kutuplaşmasında hiçbir yerde kendini görmediğini beyan etmiştir.

Tablo 27: Hayat Tarzına Göre Sağ-Sol Kutuplaşmasında Kendini Gördükleri Yer

| | | Sağ-sol kutuplaşmasında kendinizi nerede görüyorsunuz? | | | | Toplam |
|--------------------|------------------------|--|-------|--------|---------|--------|
| | | Sağ | Sol | Merkez | Hiçbiri | |
| HAYAT TARZI | Modern | 227 | 149 | 62 | 62 | 500 |
| | | 45,4% | 29,8% | 12,4% | 12,4% | 100,0% |
| | Geleneksel muhafazakâr | 366 | 21 | 90 | 103 | 580 |
| | | 63,1% | 3,6% | 15,5% | 17,8% | 100,0% |
| | Dindar-muhafazakâr | 311 | 3 | 51 | 40 | 405 |
| | 76,8% | 0,7% | 12,6% | 9,9% | 100,0% | |
| Diğer | 17 | 6 | 7 | 16 | 46 | |
| | 37,0% | 13,0% | 15,2% | 34,8% | 100,0% | |
| Toplam | | 921 | 179 | 210 | 221 | 1531 |
| | | 60,2% | 11,7% | 13,7% | 14,4% | 100,0% |

Seçmenlerin hayat tarzı ile sağ-sol ideoloji arasındaki ilişki derecesini ortaya koyan tabloya göre modern hayat tarzını benimseyenlerin % 45,4'ü sağ ideoloji, %29,8'i ise sol ideolojiye yakın oldukları görülmektedir. Dindar muhafazakâr hayat tarzını benimseyenlerin ise % 76,8'i sağ ideoloji, % 13,0'ı da sol ideolojiye yakın oldukları gözlemlenmektedir. Geleneksel muhafazakârlar diğer hayat tarzlarına göre kendilerini daha fazla merkezde (%15.5) görmektedirler.

SONUÇ

Siyasal kimlikler partiler üzerinden oluşturulup, siyasi partiler üzerinden işlevsel hale gelmektedir. Bu anlamda siyasi kimlik ve siyasi parti arasındaki diyalektik ilişkinin yansımaları doğal olarak siyasi tercihte de görmek mümkündür. Bireylerin yaşam tarzları da gündelik yaşam pratiklerini, çeşitli olaylara bakışlarını, siyasi kimliklerini ve siyasi tercihlerini de etkileyebilmektedir.

Bu çalışmada siyasi kimlik, yaşam tarzı ve siyasi tercih olguları Malatya ilinde yapılan bir araştırma ile çeşitli değişkenler tarafından analiz edilmekte, bu olguların bir birileri ile ilişkileri de ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre, örneklem hayat tarzı bakımından modern, geleneksel muhafazakâr ve dindar muhafazakâr olarak sıralanmaktadır. Malatya bir Anadolu şehri olarak geleneksel değerler ile modern

değerlerin birlikte yaşandığı kentlerden biri olması dolayısıyla geleneksel muhafazakârlık ile modernlik toplumun neredeyse dörtte üçünü oluşturmaktadır.

Hayat tarzı, kimliklerden etkilenen ama aynı zamanda kimlikleri de etkileyen bir olgu olmasının yanında gündelik pratiklere de etki etmektedir.

Hayat tarzı ile dini kimlik tanımlamaları arasındaki ilişki incelendiğinde modernler kendini daha yüksek oranda (%69.2) Müslüman olarak tanımlarken, dindar muhafazakârlar kendilerini daha yüksek oranda (%58.8) Sünni Müslüman olarak nitelendirmektedir.

Hayat tarzı ile siyasi kimlikler arasında diyalektik bir ilişki vardır. Sosyalleşme süreci her ikisini de etkilemekte her ikisi de bir birini etkilemektedir. Dindar muhafazakâr ve geleneksel muhafazakâr hayat tarzı benimseyenlerin önemli bir bölümü siyasi kimlik olarak da muhafazakâr kimlik üzerinden kendilerini tanımlarken modernler muhafazakâr, milliyetçi ve Atatürkçü şeklinde kimliklerle tanımlanmaktadır.

Katılımcılar, siyasi bir görüşe sahip olma gerekliliği konusunda eşit düzeyde kanaate sahiptirler. Katılımcıların neredeyse yarısı bir siyasi görüşe sahip olmanın gerekliliğini ifade ederken diğer yarısı ise siyasi bir düşünceye sahip olmanın gerekli olmadığı düşüncesini taşımaktadırlar. Modern hayat tarzı ile kendini tanımlayanlar diğer hayat tarzlarına göre daha düşük oranda siyasi bir düşünceye sahip olma gerekliliğini belirtmişlerdir. Muhafazakârlık düzeyi arttıkça siyasi bir görüşe sahip olma gerekliliğine olan inançta artmaktadır. Yine siyasi kimlik olarak kendin İslamcı olarak tanımlayanlar diğer kimliklere göre daha yüksek oranda siyasi bir düşünceye sahip olunması gerektiğini beyan etmişlerdir.

Katılımcıların çok önemli bir kısmı (%79.2) her seçimde oy kullanırken, hayat tarzı bakımından da modernler diğerlerine göre daha yüksek oranda (%82.0) her seçimde oy kullanmaktadırlar. Siyasi kimlik bağlamında ise kendini demokrat olarak tanımlayanlar diğer siyasi kimliklere göre daha yüksek oranda her seçimde oy kullanmaktadır.

Değişen toplumsal yapıyla birlikte toplumsal bakış açıları da değişimlerin olması kaçınılmazdır. Bu değişim ailenin de daha demokratik bir yapıya kavuşmasını etkilemiştir. Aile içi demokrasinin önemli göstergelerinden biri de ebeveynler ile çocukların siyasi görüşü paylaşımına ilişkin değerlendirmelerdir. Katılımcıların yaklaşık olarak yarısı bu anlamda demokratik bir bakış açısıyla fark etmez değerlendirmesinde bulunmuşlardır. Hayat tarzı bakımından ise dindar muhafazakârlar, siyasi kimlik bağlamında ise kendini İslamcı olarak tanımlayanlar diğerlerine göre daha yüksek oranda çocuklarının kendi düşüncelerini paylaşmalarını arzu etmektedirler.

Katılımcıların çocuklarının siyasi görüşlerinin kendi siyasi görüşlerinden farklı olması durumunda takınacakları tavır da araştırma kapsamında analiz edilmiştir. Buna göre, oldukça sınırlı bir oranda katılımcı değiştirmesi için zorlamam değerlendirmesi yaparken katılımcıların önemli bir kısmı da karışmam, değiştirmesini isterim ama zorlamam görüşünü ifade etmişlerdir. Modern hayta tarzına sahip olanlar (%64.8) diğer hayat tarzlarına göre çocuklarının siyasi görüşlerine karışmadıklarını beyan etmeleri kayda değer bir değerlendirme olarak belirlenmiştir.

Siyasal kimlik gündelik yaşam pratiklerini de etkileyebilmektedir. Araştırma kapsamında siyasi kimliğin tüketici davranışına etkisi de bir soru ile değerlendirmeye alınmıştır. Bu manada katılımcıların yaklaşık olarak %90'ının alışveriş yaptıkları yerlerin siyasi görüşlerini değerlendirmeye almadıkları belirlenmiştir. Siyasi kimlik olarak kendini İslamcı olarak tanımlayanların bu konuda diğer kimliklere göre daha farklı bir bakış açısına sahip oldukları söylenebilir.

Sonuç olarak hayat tarzı ile siyasi kimlik tanımlamalarının bireylerin çeşitli tutum ve davranışlarında etkilerinin analiz edildiği bu çalışmada modern hayat tarzına sahip olanlar geleneksel muhafazakâr ve dindar muhafazakârlara göre daha demokratik bir yaklaşım içerisinde oldukları söylenebilir. Hayat tarzı ve siyasi kimlik ile bireylerin çeşitli parametrelere bakışı arasında anlamlı ilişkiler vardır.

Siyasal kurumların ya da siyasi aktörlerin seçmenden beklendikleri desteği alabilmesi için seçmenin özelliklerini, eğilimlerini, beklentilerini, yaşam tarzlarını, kimlik tanımlamalarını derinlemesine analiz ederek, bu analizden elde edilen sonuçlar doğru bir mesaj planlaması yapması gereklidir.

Siyasal aktörlerin, seçim bölgelerinin sosyo demografik özellikleri yanında siyasi özelliklerini, hayat tarzlarını da dikkate alarak bir siyasi iletişim süreci işletmesi yerinde olacaktır. Seçmenini tüm özellikleriyle tanımak ve bu özellikler doğrultusunda bir iletişim kurmak siyasi aktörlerin başarısına katkı sağlayacak önemli bir unsur olacaktır.

KAYNAKLAR

- Altınoğlu, Mustafa, (2009) “Kimliklerin Modern İnşası, Kimlik Politikaları ve Türkiye’de Kimlik Tartışmaları”, Doktora Tezi, Ankara.
- Anderson, Benedict, (1993) Hayali Cemaatler -Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması, (Çev: İskender Başarır), Metis Yayınları, İstanbul.
- Arnett, Jeffrey. J. (1995). “Broad and Narrow Socialization: The Family in The Context of A Cultural Theory”, Journal of Marriage and the Family, Vol.57, No.3, 617-628.
- Aydoğdu, Hüseyin, (2004) “Modern Kimlikte Öznenin Ölümü”, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, S.10, 116-117.
- Baykal, Deniz, (1970) Siyasal Katılma, bir Davranış İncelemesi, Sevinç Matbaası, Ankara.
- Bilgin, Nuri, (2007) Kimlik İnşası, Aşina Kitaplar, İzmir.
- Bilgiç, Mehmet Sadi, (2014) “Türkiye’de Kimlikler Arası Kutuplaşmanın Sosyal Mesafe Üzerinden Ölçümü ve Toplumsal Güvenliğe Etkisi”, Bilge Strateji, 6(11), 163-205.
- Bostancı, Naci, (1998) “Etnisite, Modernizm ve Milliyetçilik”, Türkiye Günlüğü, S.50, 38-55.
- Bozkurt, Veysel, (2004) “Yıkıcı Gemenschaft”tan “Öteki”Siz Postmodern Kabilelere:SanalCemaatler”, <http://www.stradigma.com/ndex.php?1-11>. Erişim Tarihi:14.03.2019.
- Castells, Manuel, (2006) Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum Ve Kültür Kimliğinin Gücü (Ç.Ebru Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Doğan, Adem, (2014) Sosyal İlişkilerin Türk Seçmenin Siyasal Davranışına Etkisi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ.
- Dursun, Davut, (2012) Siyaset Bilimi, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Ekinci, Necdet, (2008) Siyasal İletişime Giriş, Gece Kitaplığı, İstanbul.
- Emiroğlu, Kudret, ve S, Aydın, (2003) Antropoloji Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Emre, Akif, (1999) Partisini Arayan Siyasal Kimlikler, <https://www.yenisafak.com/yazarlar/akifemre/partisini-arayan-siyasal-kimlikler-41280>, Erişim Tarihi:14.03.2019.
- Erdoğan, İrfan, (2006) Kimlik Sorunu: Kendini Sevmeyenin Kimliğindeki Kendi Olmayan Kendi, Demokrasi Platformu -Üç Aylık Fikir-Kültür-Sanat ve Araştırma Dergisi, Dosya:Din, Kimlik, Kültür, Y:2, S: 5.
- Ergun, Doğan, (2000) Kimlikler Kısacasında Ulusal Kişilik, İmge Yayınları, Ankara.
- Göksu, Vahap, (2013) “Siyasal Kimlikler ve Merkez-Çevre Dikotomisi Bağlamında Türkiye’de Merkez Sağ ve Merkez Sol”, Akademik İncelemeler Dergisi, 8(2). 69-93.
- Göktolga, Oğuzhan, (2012) Postmodernite ve Siyasal Kimlik, Bilsam Yayın, İstanbul.
- Gülmen, Yüksel, (1979). Türk Seçmen Davranışı: 1960-1970, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları (Güryay Yayıncılık), İstanbul.
- Gürses, Hakan, (2000) “Kimlik Kavramı Üzerine Düşünceler”, Yeni Bir Sol Tahayyül İçin, (Der: Tanıl Bora), Birikim Yayınları, İstanbul.
- Heidegger, Martin, (2008) Varlık ve Zaman, (çev. Kaan H. Ökten), Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Jensen, Mikael, (2007) Defining Lifestyle, Environmental Sciences, 4:2, 63-73.
- Karakoç, İsmail, (2000) “Türkiye’de Siyasal Parti Kimliği”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Karpat, Kemal, (2006) “Aydınlar ve Kimlik: Tarihsel Bir Bakış”, Doğu Batı Dergisi, Doğu Batı Yayınları, Y: 9, S:35, Ankara.
- Konda, (2012) Siyasal Kimlikler Araştırması, <http://konda.com.tr/tr/rapor/siyasal-kimlikler/>, Erişim Tarihi:14.03.2019
- Lipset, Seymour, M, (1967) Stein Rokkan, ‘Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction’, Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives (Edit: Seymour M. Lipset, Stein Rokkan), The Free Press, New York.
- Maalouf, Amin, (2000) Ölümçül Kimlikler, (Çev.:Aysel Bora), YKY Yay., İstanbul.
- Mardin, Şerif, (1990) Türkiye’de Toplum ve Siyaset Makaleleri, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Marshall, Gordon, (2003) Sosyoloji Sözlüğü (Çev: Osman Akınhay, Derya Kömürçü), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Parmar, Priya, (1998) “Temsil Stratejileri”, Kimlik: Topluluk, Kültür, Farklılık, (Edit: Jonathan Rutherford), (Çev. İrem Sağlamer) Sarmal Yayınları, İstanbul.
- Rob, Seiden, (2007) Parental Influences on the Political Ideologies of Young People, <http://ase.tufts.edu/polsci/faculty/portney/studentSeiden.pdf>, Erişim Tarihi:14.03.2019.
- Rogers, M. Smith, (2004) Identities, Interests, and the Future of Political Science, Two Paths to a Science of Politics /Vol. 2/No. 2.
- Rosengren, Karl Erik (1994) “Culture, Media And Society Agency And Structure, Continuity And Change”, Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles (Communication and Society), Ed. Karl Erik Rosengren, Routledge Published, New York, ABD, 2-24
- Rutherford, Jonathan, (1998) “Yuva Denilen Yer: Kimlik ve Farklılığın Kültürel Politikaları”, Kimlik:Topluluk, Kültür, Farklılık, (Edit: Jonathan Rutherford), (Çev. İrem Sağlamer), Sarmal Yayınları, İstanbul.

- Sears, David O. (1971) *Children in the Political System: Origins of Political Legitimacy*. Midwest Journal of Political Science, Vol:15, No:1, 154-160.
- Schwarzer, Steve, (2011) "Political Socialization As The Driving Fact Or For Political Engagement And Political Participation", *Advanced Techniques for Political Communication Research: Content Analysis*, p.1-12, March 20–24, 2011, Amsterdam.
- Smith, Anthony D, (1999) *Milli Kimlik*, (Çev. Bahadır Sina Şener), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Sözen, Edibe, (1999) *Demir Kafesten Plastiğe Kimliklerimiz Sekülerleşme Sürecinde Kimliklerin İnşası*, Birey Yayıncılık, İstanbul.
- Tok, Nazif, (2003) *Kültür, Kimlik ve Siyaset*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Türkkahraman Mimar (2000) *Türkiye’de Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Sembolizm*, Birey Yayıncılık, İstanbul.
- Uysal, Birkan, (1981) "Siyasal Katılma ve Katılma Davranışı Üzerinde Ailenin Etkisi", *TODAI Amme İdaresi Dergisi*, Vadi Yayınları, 55-72.
- Yegen, Ceren, (2018) *Siyasal İletişim, Propaganda ve Ulusal Kimlik*, Kriter Yayınları, İstanbul.

Middle-Income Trap: A Literature Review¹

Orta Gelir Tuzağı: Bir Literatür Taraması

Ahmet B. YERELİ*
Fatih KARASAC**
Fatih AKBAYIR***

ÖZ

Çalışmanın amacı, ilk defa Gill ve Kharas (2007) tarafından ortaya atılan ve iktisat literatüründe görece yeni bir terim olan “Orta gelir tuzağı” kavramının teorik ve ampirik boyutlarını analiz etmektir. Orta gelir tuzağı kavramı genellikle belirli bir kişi başı gelir düzeyini aşmada çeşitli zorluklar yaşayan orta gelir düzeyine sahip ekonomilerle ilişkilendirilmektedir. Bu doğrultuda gelişmekte olan ülkeler üzerinde yoğunlaşan çalışmaların çoğu, teorik olarak bu kısır döngünün arkasındaki kilit faktörleri ele almaktadırlar. Bu göre söz konusu çalışmaların, ilgili ülkelere üretkenlik, eğitim kalitesi ve teknolojik ilerleme gibi faktörler ile ilgili tavsiyelerde bulunduğu görülmektedir. Ampirik çalışmalar ise çoğunlukla Tayland, Meksika, Brezilya ve Malezya gibi ülkelerin tuzaktan kurtulmak için verdiği mücadeleler üzerinde durmaktadır.

ANAHTAR KELİMELELER

Büyüme Yavaşlaması, Orta Gelir Tuzağı, Gelişmekte Olan Ülkeler

ABSTRACT

The main aim of this paper is to analyze the theoretical and empirical dimensions of a relatively new phenomenon in economics literature, namely “Middle-Income Trap”, which was firstly discussed by Gill and Kharas (2007). In general, this phenomenon is related to middle-income economies which have several difficulties in exceeding a certain level of per capita income. In this regard, most of the studies focus on developing countries and theoretically scrutinize the key factors behind this vicious circle. Accordingly, these studies also offer policy implications associated with issues like productivity, quality of education and technological progress. On the empirical side, most of the studies draw more attention to Thailand, Mexico, Brazil and Malaysia as these countries desperately struggle to escape from this trap.

KEYWORDS

Growth Slowdown, Middle-Income Trap, Developing Countries

| | <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 13.09.2019 | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 07.11.2019 |
|------------|---|---|
| <i>Atf</i> | Yereli, A.B., Karasac, F. ve Akbayır F. (2019). Middle-Income Trap: A Literature Review. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 950-964. | |

¹ This article is the revised version of the paper presented at The MacrotHEME International Conference: Barcelona 2016.

* Prof., Hacettepe University, Department of Public Finance, Turkey, aby@hacettepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8746-6756

** Dr., Kırklareli University, Department of Public Finance, Turkey, fatihkarasac@klu.edu.tr, ORCID:0000-0002-2966-0155

*** Dr., Karamanoglu Mehmetbey University, Department of Public Finance, akbayirfatih@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2831-619X

INTRODUCTION

The concept “middle-income trap”, which was first introduced at the end of 2000s, is relatively new phenomenon in economics literature. Correspondingly, there is no consensus on its definition among economists, however, in general, this phenomenon is related to middle-income economies which have several difficulties in exceeding a certain level of per capita income.

Fundamentals of the concept of the middle-income trap are based on the development economics (particularly, on some economic growth theories). Initially, the development economy deals with “poverty trap” rather than “middle-income trap” in the development economics. However, it is seen that middle-income countries cannot sustain the economic growth after a certain level of per capita income. Henceforth, concern about the concept have continued to increase and has been discussed by many economists.

In order to discuss the concept of middle-income trap, the middle-income level should be determined at first. In the studies, it is seen that the per capita income classification of World Bank, which is generally calculated according to the atlas method, is used. Apart from this, some authors determine income thresholds and hence levels through their methods. These thresholds are fundamentally divided into two basic groups: “absolute” and “relative”. In other words, economists either use absolute thresholds, such as the World Bank classification, or thresholds that are determined as a relatively leader country in order to identify the trap.

Most of the studies focus on developing countries, including Latin American and Asian countries, and theoretically examine the main factors behind the middle-income trap. In addition, these studies offer many suggestions and policies for countries to avoid or escape from the trap. In addition, economists develop empirically various methods in these studies to determine whether countries are trapped.

In this study, it is aimed to investigate the theoretical and empirical literature on the middle-income trap. In the rest of this paper, the literature review is structured as follows: in section 2, the definition of the middle-income trap is presented, the reasons for countries to be trapped and actions to avoid the trap are discussed. In brief, theoretical literature is examined in the section. Section 3 presents the empirical literature and the various methods used to identify these countries. In other words, the trapped countries are determined empirically. Section 4 presents conclusions.

1.THEORETICAL LITERATURE

The development economics deals with “poverty trap” rather than “middle-income trap”. Because some poor economies haven’t been able to overcome the poverty for a long period of time (Kharas and Kohli, 2011: 281). However, it is seen that middle-income countries cannot also maintain the economic growth after a certain level of per capita income. The stagnation of middle-income economies is eventually realized, and the economists tend to investigate this issue.

Nevertheless, the theoretical foundations of the concept of middle income trap should be sought in the field of development economics. In particular, some economic growth theories like Solow’s neoclassical growth model, Malthusian trap or Malthusian equilibrium and, Lewis’s dual-sector model are claimed to support the trap (Cai, 2012: 50-51).

According to the neoclassical growth model, while labor and technology are fixed as determinants of output, capital increases output, but this increase is regressive. So, the economy cannot progress more through capital. Hence, it is claimed that this recession reflects the theoretical foundations of the middle-income trap (Dalgic et al., 2014: 117).

In addition, some authors associate the middle-income trap with the Malthusian trap or Malthusian balances. For example, Cai (2012) assert that trap is related to the state of a stable economic balance. In other words, when the effect of a factor that increases per capita income is balanced by the effect of a restrictive factor, the income per capita returns to its original level. Similarly, Malthus’s tarp or equilibrium reveals the equilibrium state that result from the relationship between population growth and economic development. This equilibrium state is related to the middle-income trap due to stopping of per capita income increase.¹

Furthermore, Lewis’s dual sector model is also asserted to be the basis for the concept of the middle-income trap. The dual economy is a transition phase between the Malthusian trap and the Solow neoclassical growth model. In other words, as the economy grows, the population also increases, and then, this increase of population returns the economy to subsistence level. Meanwhile, modern industries absorb much of the agricultural labor, from the Lewis landmark. Economic growth does not go beyond this point, because at this point there is no excessive labor. Ultimately, the Lewis landmark is about the middle-income trap (Cai, 2012: 51).

¹ Despite “middle-income trap” has been relatively a new term, the term “equilibrium trap” has used in development economics for a long time.

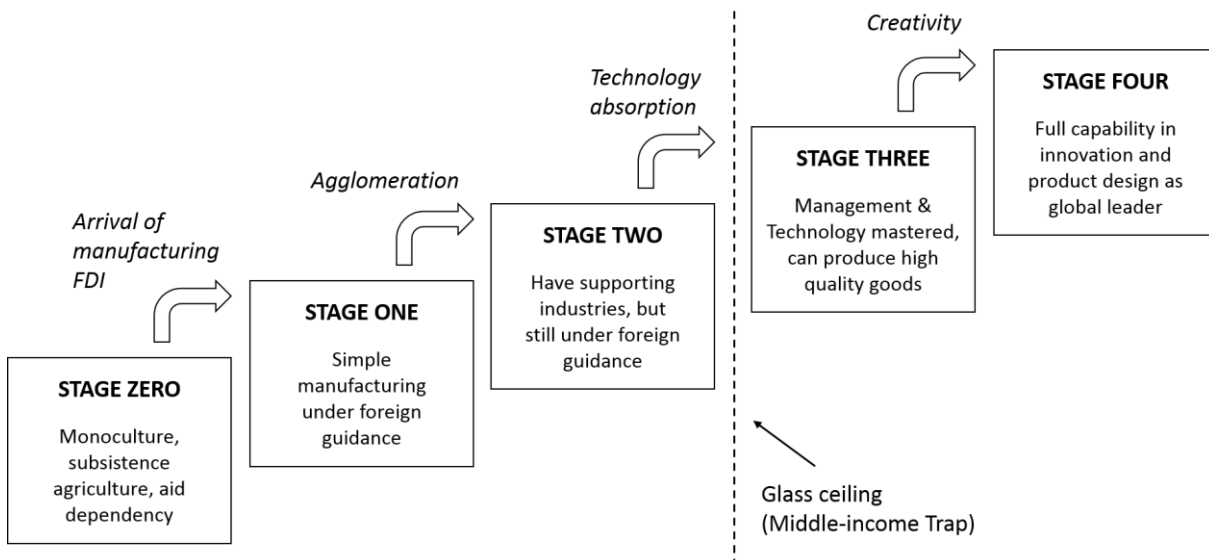
1.1. Definition of the Middle-Income Trap

There is no consensus on the definition of the term of the middle-income trap among economists. It was firstly discussed by Gill and Kharas (2007) in a report, *An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth*, published by the World Bank. This report compares the success of East Asian countries, whose economies are based on radical technological improvements (electronics, computers and communication) with the Latin American countries and the Middle Eastern, which are stuck in MIT. Correspondingly, Asian Development Bank (2011) and Kharas and Kohli (2011) define the middle-income trap as countries which are not able to compete with both low-wage economies and highly skilled advanced economies. Paus (2012; 2014), who agrees on this definition, explains the reasons of this failure as relatively high wages and unskilled labor force.

In general, the middle-income trap is defined as the failure of middle-income countries to overcome the high-income level. In other words, middle-income countries reach a certain fortune, but this level of welfare is far from that achieved by high-income countries. The economies of these countries usually stagnate after reaching the middle-income level and remain at this level for a long time (Aiyar et al., 2013: 3; Kanchoochat, 2014: 3; MUSIAD, 2012: 96; Tho, 2013: 107-108; Yilmaz, 2014: 2).

From a different viewpoint, Ohno (2009) describes the middle-income trap by designating the stages of industrialization, which requires higher income, in Figure 1. According to this, in the stage zero, the economic structure of a low-income country is generally fragile if a country has social and political turmoil, socialist planning, and mismanagement of economy. Such countries, which have only subsistence resources and monoculture export, and depend on foreign aid, may create only a small internal value. The economies of these countries commenced to export light industrial products by means of foreign direct investment (FDI). In the first stage, these countries have very few valuable production factors. At the same time, design, technology, production and marketing are managed entirely by foreigners. In the second stage, the production expands, and then, local suppliers emerge, and assemblers become stronger. Meanwhile, internal value rises, however, foreigners manage and guide still basically to industries. In the next stage, local suppliers play an important role in the economy and have a strong presence in all areas of production. Human capital is quite advanced, and the countries can produce and export high-tech products. In the final stage, the countries have high level of creativity in the production and it is leader of the global market trends.² Ultimately, invisible “glass ceiling” between the second and third stage is described as the middle-income trap.³

Figure 1: Stages of Industrialization



Source: Ohno, 2009: 28

On the other hand, the terms “growth slowdowns” and “catching up” are used for the middle-income concept in the literature. Accordingly, Eichengreen et al. (2012; 2013) identify growth slowdowns i.e. middle

² According to Ohno (2009), Vietnam is in the first stage; Thailand and Malaysia are in the second stage; Korea and Taiwan are in the third stage; and Japan, the USA and some members of the E.U. are in the final stage.

³ Ohno (2009) expresses that a majority of Latin American countries are stuck in the middle-income trap while the Association of Southeast of Asian Nations (ASEAN) countries are not caught in it.

income trap as gradual slowdown in the high growth rate after the GDP per capita reached a certain level.⁴ In other words, the phenomena is described as the case which occurs after the average growth rate per capita GDP reaches 3.5% or more for seven-year period, it declines by at least average 2% points in the following seven year periods. In addition, Woo (2012) discusses this problem in terms of catching up approach. According to the author, this approach can be defined as the countries catch-up economically and technologically a leader country (generally, the United States of America (USA) or Japan).

1.2.Possible Causes of Middle-Income Trap

The vast literature on the middle-income trap has demonstrated that the reasons of the trap are quite varied. In an economy, comparative advantage in labor-intensive goods starts to decrease as real wages increase with the gradual absorption of excessive labor. For this reason, as Paus (2012) says, countries need to increase their capabilities such as knowledge, innovation and highly skilled human capital to produce high-tech goods. Otherwise, these countries cannot achieve comparative advantage in technology-intensive products, and the middle-income trap is likely impossible to overcome (Yilmaz, 2014: 2).

More precisely, the countries move from agricultural to labor intensive production in order to reach the middle-income level based on low-cost production. Thus, they can compete internationally. These developing countries, with the strategies based on imported technologies, increase productivity by transferring workers from the agricultural sector to the manufacturing sector. In the end, however, transfers of unqualified labor or labor-absorbing activities reach the summit. Then, real wages in manufacturing sector of urban areas increase rapidly or the market share is lost. In addition, the gains from foreign technology imports decrease rapidly. Thus, productivity growth provided from intersectoral allocation and technological progress is likely to terminate and; international competition erodes; and manufacture and growth slows. Therefore, the countries cannot reach high-income level and fall into the trap (Agenor and Canuto, 2015: 643).

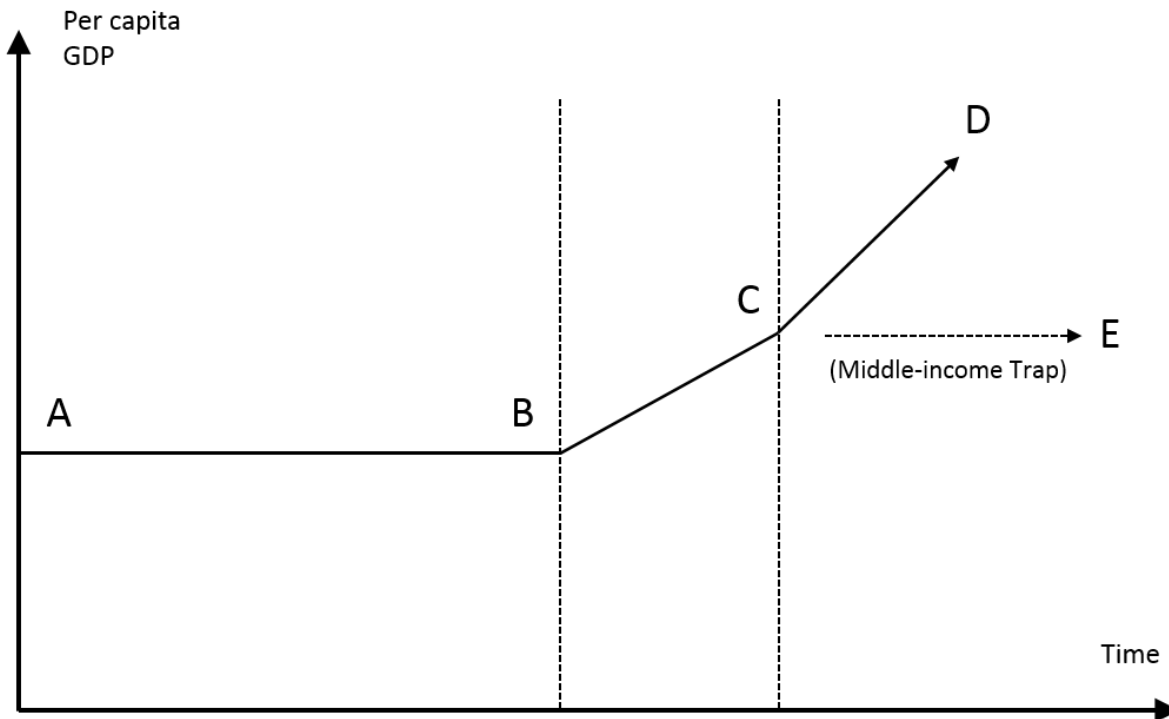
Tho (2013) tries to explain this phenomenon through Figure 2. The developmental stages of an economy are described and divided into three major stages. In the figure, B point represents group 1 (low-income countries), E point represents group 2 (middle-income countries experienced low growth or no growth for a long time), C point represents group 3 (middle-income level) and the middle-income stage and D point represents group 4 (high-income countries).⁵

According to this, agricultural economies turn into an industrial economy with other structural changes (B to C) and reach middle income level (C). After this point, the transition to high income level (C to D) requires high skills and knowledge. Therefore, this transition can be quite difficult for countries and may not be achieved for a long time (C to E)⁶ (Tho, 2013: 108-109). Most of the countries falling into the middle-income trap suffer from this inability.

⁴ The threshold of per capita GDP is two modes as around \$11,000 and \$15,000 (purchasing power parity (PPP)-adjusted / at 2005 constant prices). The growth slowdowns of per capita GDP are observed after these levels (Eichengreen, 2013: 7). See also page 9 for details.

⁵ According to Tho (2013), many Latin American countries belong to group 2; several ASEAN countries as well as China are included group 3; and members of the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) and several others belong to group 4.

⁶ This failure is called as the middle-income trap.

Figure 2: Development Stages of an Economy

Source: Tho, 2013: 109

In other words, countries in lower economic development stages have comparative advantages with richer labor resources in labor-intensive sectors, while countries in high economic development stages have comparative advantages in technology-intensive sectors (Cai, 2012: 52). Some middle-income countries are squeezed between these two comparative advantages and their economies have stagnated (Tho, 2013: 110). Consequently, as Felipe et al. (2012) say, one of the most important reasons for the middle-income trap is that the countries do not have the high skills and knowledge required for production and export of high-tech goods.

In addition to those mentioned above, Kanchoochat (2014) and Kanchoochat and Intarakumnerd (2014) indicate that there are two different approaches in the literature about the reasons of the countries' falling in the trap: (i) the low quality of education and institutions and (ii) the inappropriate and inadequate role of the state in the development path. For instance, Kharas and Kohli (2011) claim that the main reason for falling into the trap is that countries cannot change their growth policies after they reach the level of the middle-income group.

On the other hand, Eichengreen et al. (2013) associate growth slowdowns that is the middle-income trap with some demographic developments such as aging of the population, the excess of unproductive investment that have the low return on capital, and undervalued exchange rates that prevent technological progress. Similarly, Jankowska et al. (2012) list low productivity and lack of structural transformation in terms of employment as the most important reasons of the trap. Lastly, Lin and Treichel (2012) investigate reasons of the Latin American and the Caribbean countries falling into the middle-income trap. According to this, it is emphasized as these countries get stuck in middle-income trap, they cannot achieve the transition from low to high value-added products.

1.3. Avoiding the Middle-Income Trap

Economists offer many suggestions and policies for countries to avoid or escape from the trap. In this context, Kanchoochat (2014) and Kanchoochat and Intarakumnerd (2014) divided the literature on middle-income trap into three groups as a solution to the problem of "trap": (i) ensuring the provision of education and institutions correctly; (ii) change the export composition taking into account of comparative advantage (iii) upgrading the industry by defying the comparative advantage through a proactive state.⁷

⁷ Kanchoochat (2014) and Kanchoochat and Intarakumnerd (2014) argue that Malaysia, Thailand and the Philippines are caught in the middle-income trap while countries reaching high-income group such as Taiwan, Korea, and Singapore escape the trap.

On the other hand, ways of avoiding the middle-income trap are also listed by Kharas and Kohli (2011) as transitions from diversification to specialization of production, transitions from accumulation of factors to improvement of the productivity and transitions from centralized to decentralized economic management. Kharas and Kohli (2011) clearly demonstrate that governments (necessarily) have a set of public policies that must be maintained, as the government focuses on expanding the size of the middle class by improving income distribution and improving innovation. According to the authors, modern and more agile institutions are needed for property rights, capital markets, successful venture capital, competition and highly skilled people.

Similarly, Agenor and Canuto (2012) offer some proposals to avoid the middle-income trap for developing countries that suffer from it. Accordingly, trapped countries should target policies such as access to advanced infrastructure (e.g. broadband and other advanced information and communication technologies), protection of property rights and the reorganization of labor markets.

Besides, Yilmaz (2014) demonstrates that countries need structural transformation which can provide the high productivity and technology-intensive production in order to avoid the middle-income trap. The most important tool for this transformation is well-designed and high-quality education system due to accumulating knowledge and human capital. Similarly, Eichengreen et al. (2013) emphasize the importance of the secondary and tertiary education in terms of human capital and high-tech products concerning share of exports in order to avoid the trap. The authors also indicate that financial and political stability reduce the likelihood of growth slowdowns i.e. the middle-income trap.

Jankowska et al. (2012) argued that countries should follow the policies centered on access to education, infrastructure, innovation and finance to diversify and expand their export structure. In the same way, Felipe et al. (2012) proposes that countries make more efforts to achieve a comparative advantage in sophisticated and well-connected products to avoid the trap.

Furthermore, Lin and Treichel (2012) propose some recommendations for governments to avoid the middle-income trap. First, governments should support the activities of the private sector in cooperation with the public-private sector according to the theory of comparative advantages. Second, sustainable structural improvements should be made in sectors using intensive natural resources and unskilled labor to achieve dynamic growth. Finally, education and research and development (R&D) investments are required for all these.

It is seen that individual studies also provide recommendations for middle-income countries with the danger of falling into the middle-income trap. For instance, Cai (2012) offers policy suggestions for China associated with improvement in total factor productivity, increase of human capital, expansion of deepening of system and reforms required for government to function better. Woo (2012) emphasizes that China should pay attention to ineffective financial systems, administrative defects, environmental damage and trade protectionism.

Tho (2013) proposes a number of policies for ASEAN countries to avoid the trap by moving to higher income levels. These policies mainly focus on R&D activities, the quality of human resources and the institutional system that contributes to the private sector. It is also recommended to increase the total factor productivity for Vietnam to avoid the early emergence of the trap.

In addition, Ohno (2009) offers many suggestions for avoiding the middle-income trap for Vietnam, which is in the lower middle-income group according to the World Bank's classification and has the potential to generate a higher income. Accordingly, Vietnam must renew its industrial policies to protect the country's full potential. In this context, a new leadership style, a technocrat team directly under the top leader, and a strategic alliance with international partners for renewal of policies are proposed.

Finally, Flaaen et al. (2013) emphasize the need for extensive structural transformation for Malaysia. Accordingly, the authors made some empirical measurements for the goods and services sectors. It is revealed that the productivity growth in the service sectors have been significant for growth and escaping from the middle-income trap. In this context, some suggestions for policymakers are recommended.

According to these recommendations, policymakers should promote entrepreneurship and innovation to develop knowledge networks and provide skilled labor force. Another suggestion is that policymakers should attract high-yielding foreign firms to take place in production in Malaysia. Thus, governments have provided imported capital equipment and significant tax revenues. The final offer is to develop the service sector because these sectors provide an alternative growth source for middle-income countries like Malaysia. In this way, their country may avoid the middle-income trap if policymakers follow these recommendations (Flaaen et al., 2013: 23-24).

2. EMPIRICAL LITERATURE

Empirical studies are mostly made on the detection of the middle-income trap while theoretical studies investigate, as mentioned above, reasons and nature of the trap as well as ways of avoiding the trap in general. Many approaches are used to determine the trap empirically. Im and Rosenblatt (2013) clearly demonstrate this diversity when examining the middle-income trap. In other words, they stated that threshold selection had a great impact on the results of empirical studies. Thereby, it is inspired from Im and Rosenblatt (2013) while structuring the empirical part of this study. Growth slowdowns are examined under a separate heading due to its nature. Ultimately, in this study, empirical literature is examined under three headings as absolute threshold, relative threshold and growth slowdown (Empirical literature part of this study is summarized in Table 1).

2.1. According to Absolute Thresholds

Economists need primarily to identify income levels to debate over the middle-income trap. They either specify various income thresholds or use predetermined thresholds for this. For instance, the World Bank categorizes the countries according to their per capita income, calculated by “atlas method” that is the method of calculation of exchange rate. According to this categorization for the current 2016 fiscal year, the countries, which have per capita income of lower than \$1.045, are in the low-income group. While some countries, which have per capita income from \$1.045 to \$4.125, are in the lower-middle-income group, the others, which have per capita income from \$4.125 to \$12.736, belong to the upper-middle-income group. Finally, the countries, which have per capita income of more than \$12.736, is categorized as high-income level.⁸

Accordingly, Egawa (2013) examines whether income inequality is a cause of middle-income trap through sensitivity analysis. The study focused on countries such as China, Malaysia and Thailand from 1990 to 2011. As a result, it has been found that income inequality has a negative effect on growth rates and is one of the causes of the trap.

Similarly, Dalgic et al. (2014) investigated 56 middle-income countries from 1990 to 2013. Accordingly, factors affecting the probability of transition to high-income groups of middle-income countries were examined using probit regressions. As a result, it is emphasized improvements in human capital, technology, institutional quality and the increase of strong macro indicators to escape the middle-income trap.

In addition, Yiping et al. (2014) investigate whether China has used financial liberalization to escape the middle-income trap. For this purpose, 80 countries are examined and policy implications for China offered by comparing its experiences from 1980 to 2010. They stated that financial liberalization is critical for middle-income economies, but not for low-income economies. Moreover, it has been found that financial liberalization has a positive effect on high income economies.

On the other hand, Felipe et al. (2012) contributed greatly to the literature on middle-income trap by examining whether 124 countries were trapped between 1950 and 2010. Firstly, four income groups of per capita GDP (PPP-adjusted / at 1990 constant prices)⁹ are defined, drawing on estimates of Maddison (2010), as low-income below \$2,000; lower-middle-income between \$2,000 and \$7,250; upper-middle-income between \$7,250 and \$11,750; and high-income above \$11,750. According to this classification, 52 out of the 124 countries were in the group of middle-income (38 lower-middle-income and 14 upper-middle-income).¹⁰ Secondly, a certain number of years and the average growth rate of per capita income which is required for these years are determined to escape the middle-income trap. The lower-middle-income countries must sustain a growth rate of at least 4.7 percent of their annual average incomes and skip the upper-middle incomes in 28 years, and, on the other hand, the upper-middle-income countries must sustain an annual average income per capita growth of at least 3.5 percent and reach the high-income level within 14 years. Otherwise, these countries are unlikely to break out the trap (Felipe et al., 2012: 23-26). Finally, Felipe et al. (2012) claim that 35 out of 52 middle-income countries are caught in the trap. While 30 of those are in the lower-middle-income trap as the Philippines, Sri Lanka, Albania, Romania, Bolivia, Brazil, Colombia, the Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Jamaica, Panama, Paraguay, Peru, Algeria, Egypt, Iran, Jordan, Lebanon, Libya, Morocco, Tunisia, Yemen, Botswana, Congo Rep., Gabon, Namibia, South Africa, Swaziland, 5 of those are in the upper-middle-income trap as Malaysia, Uruguay, Venezuela, Saudi Arabia and Syria.

Besides, Bozkurt et al. (2014) examine whether Turkey falls into the middle-income trap by conducting the convergence and ARDL analysis for the period 1971-2012 (per capita income in 2005 constant prices). According to results, Turkey converge to high-income countries, and enrollment rate in the high education and

⁸ <http://data.worldbank.org/about/country-and-lending-groups> (date accessed: 28.01.2016)

⁹ Felipe et al. (2012) also use absolute thresholds but not World Bank classification.

¹⁰ While 40 out of remaining 72 countries were low-income countries, 32 countries were in the group of high-income.

domestic savings rates have a significant effect on per capita incomes. However, it is not sufficient to avoid the middle-income trap. Hence, the risk of de-industrialization ought to be eliminated.

2.2. According to Relative Thresholds

In this approach, which is often used by most economists, the economic situation of the countries is evaluated by comparison with an economically and technologically leading country (usually the USA or Japan). For example, Woo (2012) uses the catch-up index (CUI) to identify the middle-income trap and to determine the high-income, middle-income and low-income income status. The country's CUI score is the ratio of that country income to the level of USA income, and countries with 20% and less CUI score are in the low-income group; countries with 20% - 55% CUI score are in the middle-income group; and countries with 55% and greater CUI score belong to the high-income group.

Woo (2012) examined some countries using the Maddison (2010) data set for the period 1960-2008. According to the results of the study, Latin American countries such as Argentina, Brazil, Chile, Mexico and Venezuela, which have not been able to reach the US standard of living for more than 50 years, are trapped. On the other hand, Asian countries such as Taiwan and South Korea managed to catch the US level and escaped the trap.

Similarly, Robertson and Ye (2013) have aimed to define middle income trap statistically. For this purpose, the USA is determined as a reference country as it has a balanced growth rate for more than a century. Secondly, per capita income of several countries is evaluated according to the reference country (the USA, henceforth). In other words, the natural logarithm of per capita income of the USA is subtracted from the natural logarithm of per capita income of a country and, then, the per capita income of the country is analyzed to find out whether it catches the USA by using Augmented Dickey-Fuller (ADF) unit root test and, also, allowing for structural breaks. Finally, the countries whose per capita income level is between %8 and %36 of the GDP Per capita of the USA are labelled as in middle income group (according to this, 46 out of 189 countries are middle-income countries).

Robertson and Ye (2013) examine 46 countries, drawing on Penn World Tables (PWT) 7.1 (PPP-adjusted / at 2005 constant prices), for 1950-2010 to analyze whether they are caught in the trap. Consequently, 19 out of 46 middle-income countries as Botswana, Bulgaria, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Iran, Iraq, Jordan, Lebanon, Mexico, Peru, Panama, Romania, South Africa, Syria, Thailand, Tunisia and Turkey fall into the middle-income trap.

Similarly, Yilmaz (2014) investigates 57 countries from 1960 to 2010 in terms of the middle-income trap (by using Robertson and Ye (2013) approach). In this respect, while only 8 out of 57 countries, Cyprus, Greece, Portugal, Hong Kong, Japan, Korea, Singapore and Taiwan escape the trap, other 28 out of 57 countries, as well as Turkey and the majority of Latin American countries (as Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Costa Rica, the Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexico, Panama, Paraguay, Peru), Algeria, Fiji, Gabon, Iran, Jordan, Malaysia, Mauritius, Namibia, the Philippines, Romania, South Africa, Syria and Uruguay fall into the trap.

Moreover, with same method, however, by using additively unit root tests that consider structural breaks, Kocak and Bulut (2014) analyzed whether Turkey has been in the middle-income trap for the period between 1950 and 2010 (PPP-adjusted / at 2005 constant prices). According to results, Turkey has not been caught in the trap yet and it has tended to close the its income gap between the USA. However, it is noted that this trend depends on growth performance of Turkey's economy in the long term, and policymakers ought to be more careful about falling into the trap because of growth slowdown in Turkey's economy in recent years.

Besides, Jankowska et al. (2012) made a comparative analysis between Asian and Latin American countries 1963 and 2005, drawing on PWT 7.1 (PPP-adjusted), to investigate countries relationship with the middle-income trap. In this direction, the Product Space methodology is used for evaluating the structural transformation of countries in both regions. Ultimately, it is agreed that most Latin American countries are caught in the trap.

On the other hand, Bulman et al. (2014) investigate some countries in terms of the stagnation that is the middle-income trap. They divide primarily countries into three groups as low-income countries (with per capita incomes than less 10% of the USA), middle-income countries (with per capita incomes between 10% - 50% of the USA) and high-income countries (with per capita incomes over 50% of the USA), and then, middle-income countries into two groups as escapees (middle-income countries that successfully transitioned to high-income countries) and non-escapees (middle-income countries that fail to transition). The authors analyze these countries for the period of 1950-2009 by using cross-country growth regressions. According to this, it is

confirmed that growth in middle-income countries correlate positively with openness, industrialization and equity, but it does not correlate with education and innovation.

Besides, Ozturk (2015) explores the role of the middle-class for escaping the middle-income trap while examining the correlation between middle-class (between 75%-125% of the median income level in a country) and economic growth. In this regard, 76 countries are examined, drawing on CUI, for the period 1980-2012 in the paper. According to the results, middle-class plays an important role to escape from the trap for a country.

From a similar perspective, Paus (2012) analyzes on Chile, the Dominic Republic, Jordan, Ireland and Singapore by using capability-approach and suggests some proposals for these countries to escape from the middle-income trap. It is indicated that these countries ought to evaluate microeconomic behaviors and sectoral economic conditions in terms of macroeconomic concepts in order to escape the trap. Besides, Paus (2014) investigates some Latin American countries for 2000s by using the productive capability-focused approach. It is stated that Latin American countries are likely to escape the trap provided that they can achieve structural change and institutionalization.

Moreover, Panther and Flechtner (2015) discuss the middle-income trap in terms of global political economy perspective. For this reason, they used to fuzzy-set qualitative comparison analysis (fsQCA) for 67 middle-income countries, which were divided into four periods between 1976-1982, 1983-1991, 1992-2001 and 2002-2009 (in terms of world average per capita GDP). According to result of this analysis, global and domestic inequalities are biggest obstacles to growth. Their analysis of domestic inequalities suggests that economic equality is more important than political equality for the middle-income countries reaching high-income country position. Lastly, global inequalities that can direct a country less or more depending on an external power is factor of adequate provisions for convergence.

Unlike, Im and Rosenblatt (2013) try to reveal empirical evidence about the various definitions of the middle-income trap. Using the Maddison (2010) dataset (PPP-adjusted), the authors examine the historical transition stage in inter-country distribution of income to determine whether middle income tap has emerged in every level of income in 125 countries from 1950 to 2008. However, it is expressed that transition matrix analysis remain incapable for explaining the existence of the middle-income trap. In this regard, it is used analysis of cross-country growth patterns. And, according to result, this analysis provides significantly additional policy implications for governments.

Finally, Cherif and Hasanov (2015) discuss how Malaysia can escape from the middle-income trap. For this, they analyzed 167 countries (especially Chile, Thailand, South Korea and Taiwan, as well as Malaysia) from 1970 to 2010, using cross-country analysis. In addition, the authors use the relative threshold value definition per capita to the USA. They offer some suggestions for a sustainable growth strategy that policymakers need to organize high-value-added production and services, such as focusing on high-tech innovations.

2.3. According to Growth Slowdowns

Different methods are followed to determine whether countries fall into the middle-income trap. Eichengreen et al. (2013), who describe the middle-income trap as a slowdown in economic growth, analyze the countries empirically whose per capita GDP is greater than \$10,000 (PPP-adjusted / at 2005 constant prices) by drawing on PWT 7.1 which covers the period 1957-2010. Accordingly, using a Chow test for structural breaks and probit regressions, it was observed that there was a slowdown of about in the GDP per capita level \$ 11,000 and \$ 15,000 (PPP-adjusted / fixed prices 2005) (Eichengreen et al., 2013: 5-7).

Besides, Eichengreen et al. (2012) state that countries fall into the middle-income trap when per capita GDP reaches approximately 58 percent of the leader country (the USA); and the share of employment in the manufacturing reaches 23 percent of total employment. In line with this paper, Aiyar et al. (2013), defining the middle-income trap as a special case of growth slowdown, try to reveal the determinants of the trap by using probit regressions. They also used two Bayesian averaging techniques (the Bayesian Model Averaging (BMA) and the Weighted Averaging Least Squares (WALS)) to assess robustness of the results. 138 countries, the majority of which are Asian and Latin American countries are examined from 1955 to 2009 that dividend 11 periods, drawing on PWT 7.1 (at 2005 constant prices). The relationship of annual growth rate of per capita GDP with institutions, demography, infrastructure, macroeconomic environment and policies, the structure of production, the structure of trade and other variables is investigated. Consequently, the most important variables of the trap are determined as a sudden decrease in gross capital inflow and outflow as well as weak export diversity.

From a similar perspective, Agenor and Canuto (2015) use an overlapping generations (OLG) model that distinguishes two types of work skills as basic and advanced. In addition to this, they consider two types of infrastructure as basic and advanced infrastructure. They also calculate interaction between knowledge and

ratio of high ability (to population). As a result, investments in innovation and advanced infrastructure skills that provide marginal benefits for information dissemination and provide access to global information networks are important to maintain productivity growth and escape from the middle-income trap.

In addition, Chen and Dai (2014) offer a new explanation of the middle-income trap from the perspective of political economy. The authors provide a model, including trade-off between social welfare and political contributions for a period of 1976-1994 using a common agency model. Accordingly, when the economy moves into the new stage of development, in other words, when the efficiency of firms in the real sector is high enough, government or established companies tend to harm the policy. This distorted policy reduces social welfare and creates a trap by preventing the economy from making progress.

CONCLUSION

This paper tries to review the theoretical and empirical dimensions of the middle-income trap, which is a relatively new phenomenon in the economic literature. For this purpose, the literature on middle income trap is divided into two main sections as theoretical and empirical. We also classified the theoretical part of this study as the definition of the middle-income trap and the reasons for the trapped countries and the measures to be taken to avoid the trap. On the other hand, since the threshold selection had a significant impact on the results of empirical studies, the empirical part of this study was categorized according to the income thresholds (relative or absolute) and growth slowdown.

Correspondingly, there is no consensus on the definition of the term of the middle-income trap, however, in general, this phenomenon is related to middle-income economies which have several difficulties in exceeding a certain level of per capita income. In addition, the reasons for countries to be trapped are generally classified as low efficiency and quality of education, lack of technological progress and lack of structural transformation of states. Avoiding the trap is possible with overcoming these issues.

Consequently, most of the empirical studies draw more attention to the majority of Latin American countries like Brazil and Mexico and some Asian countries like Malaysia and Thailand as these countries desperately struggle to escape from the trap. In addition, according to the majority of the empirical studies, main determinants of middle-income trap are listed as gross capital inflow, gross capital outflow and weak export diversity. Besides, most of the empirical studies emphasize that countries should re-organize sectoral economic conditions according to microeconomic behaviors, re-structure institutions and arrange high value-added manufacturing and services in order to escape the middle-income trap. Also, most of the empirical studies find a significant relation between MIT and income inequality (-), financial liberalization (+), global and domestic inequalities (-) and economic equality (+).

APPENDIX: SUMMARY OF EMPIRICAL LITERATURE REVIEW

Table 1: Empirical Researches

| | Paper | Data | Testee | Methodology | Conclusion |
|-------------|---------------------------|--|---|--|---|
| absolute | Felipe et al. (2012) | 124 countries (1950-2010) | The existence of the middle-income trap | Original Method | 35 out of 52 middle-income countries are caught in the trap. While 30 of those are in the lower-middle-income trap, 5 of those are in the upper-middle-income trap. |
| relative | Jankowska et al. (2012) | Asian and Latin American countries (1963-2005) | The existence of the middle-income trap | Comparative analysis with the Product Space methodology | Most Latin American countries are caught in the trap. |
| relative | Paus (2012) | Chile, the Dominican Republic, Jordan, Ireland and Singapore | Ways of escaping the middle-income trap | Capability-approach | Microeconomic behaviors and sectoral economic conditions are considered as a way of escaping the trap. |
| relative | Woo (2012) | Some countries (1960-2008) | The existence of the middle-income trap | The Catch-up Index | Argentina, Brazil, Chile, Mexico and Venezuela are caught in the middle-income trap. |
| g. slowdown | Aiyar et al. (2013) | 138 countries (1955-2009) | The determinants of the middle-income trap | Two Bayesian averaging techniques as the Bayesian Model Averaging and the Weighted Averaging Least Squares | The most important variables of the middle-income trap are determined as sudden decrease in gross capital inflow and outflow as well as weak export diversity. |
| absolute | Egawa (2013) | China, Malaysia and Thailand (1990-2011) | The relationship between income inequality and the middle-income trap | Sensitivity Analysis | Income inequality has a negative impact on growth rates, and it is one of causes of the trap. |
| g. slowdown | Eichengreen et al. (2013) | The countries of which per capita GDP is greater than \$10,000 (1957-2010) | The emergence of slowdowns | Original Method | Slowdowns occur at two per capita GDP levels of around \$11,000 and \$15,000. |

| | | | | | |
|-------------|--------------------------|--|---|--|---|
| relative | Im and Rosenblatt (2013) | 125 countries (1950-2008) | The existence of the middle-income trap | Transition matrix analysis and cross-country growth patterns | This analysis provides significantly additional policy implications for governments. |
| relative | Robertson and Ye (2103) | 46 countries (1950-2010) | The existence of the middle-income trap | Original Method | 19 out of 46 middle-income countries are caught in the middle-income trap. |
| absolute | Bozkurt et al. (2014) | Turkey (1971-2012) | The existence of the middle-income trap | The convergence and ARDL analysis | Turkey converges to high-income countries. But at the same time, the risk of de-industrialization ought to be eliminated to avoid the middle-income trap. |
| relative | Bulman et al. (2014) | Some countries (1950-2009) | The determinants of growth in different income levels | Cross-country growth regressions | Growth in middle-income countries correlate positively with openness, industrialization and equity. |
| g. slowdown | Chen and Dai (2014) | Some countries (1976-1994) | The relationship between political economy and the middle-income trap | A common-agency model | Distorted policy (by politicians) reduces social welfare, and it creates the trap while hindering economy from jumping next development. |
| absolute | Dalgic (2014) | 56 middle-income countries (1990-2013) | Variables affecting growth of countries | Probit regressions | Improvements in human capital and technology, increase in institutional quality and robust macro indicators play an important role. |
| relative | Kocak and Bulut (2014) | Turkey (1950-2010) | The existence of the middle-income trap | Robertson and Ye (2103) Approach | Turkey has not been caught in the trap yet. |
| relative | Paus (2014) | Some Latin American countries (2000s) | Ways of escaping the middle-income trap | The productive capability-focused approach | If Latin American countries achieve structural change and institutionalization, they will escape the trap. |
| relative | Yilmaz (2014) | 57 countries (1960-2010) | The existence of the middle-income trap | Robertson and Ye (2103) Approach | 28 out of 57 countries are caught in the middle-income trap. |

| | | | | | |
|-------------|------------------------------|--|---|--|--|
| absolute | Yiping et al. (2014) | 80 countries (1980-2010) | The role of financial liberalization in the avoiding the middle-income trap | Benchmarking | Financial liberalization is critical for all middle-income economies. |
| g. slowdown | Agenor and Canuto (2015) | Some countries | Ways of escaping the middle-income trap | An overlapping generations model | Innovation and advanced infrastructure and access to global knowledge networks are quite important to sustain productivity growth. |
| relative | Cherif and Hasanov (2015) | 167 countries (1970-2010) | Ways of escaping the middle-income trap for Malaysia | Cross-country analysis | Policymakers should arrange high valued-added manufacturing and services such as concentrating on high-tech innovation. |
| relative | Ozturk (2015) | 76 countries (1980-2012) | The role of middle-class in the avoidance of the middle-income trap | The Catch-up Index | Middle-class has an important role in getting rid of the trap. |
| relative | Panther and Flechtner (2015) | 67 middle-income countries (1976-2009) | The relationship between political economy and the middle-income trap | Fuzzy-set qualitative comparative analysis | Global and domestic inequalities are biggest obstacles to growth. Economic equality is more important than political equality. |

REFERENCES

- Agénor, P. and Canuto, O. (2015). Middle-Income Growth Traps, *Research in Economics*, 69(4), 641-660.
- Agénor, P. Canuto, O. and Jelenic, M. (2012). *Avoiding Middle-Income Growth Traps*, (Number: 98). Washington, DC: The World Bank.
- Aiyar, S. Duval, R. Puy, D. Wu, Y. and Zhang, L. (2013). *Growth Slowdowns and the Middle-Income Trap*, (Working Paper / 13 / 71). Washington, DC: International Monetary Fund.
- Asian Development Bank (2011). *Asia 2050: Realizing the Asian Century*, Manila: Asian Development Bank.
- Bozkurt, E. Bedir, S. Ozdemir, D. and Cakmak, E. (2014). Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye Örneği [The Middle-income Trap and Turkey]. *Maliye Dergisi*, 167, 22-39.
- Bulman, D. Eden, M. and Nguyen, H. (2012). *Transitioning from Low-Income Growth to High-Income Growth: Is There a Middle-Income Trap*, (Policy Research Working Paper 7104). Washington, DC: The World Bank.
- Cai, F. (2012). Is There a “Middle-income Trap”? Theories, Experiences and Relevance to China, *China & World Economy*, 20(1), 49-61.
- Chen, C. and Dai, L. (2014). *The Middle-Income Trap, Branching Deregulation, and Political Influence*.
- Cherif, R. and Hasanov, F. (2015). *The Leap of the Tiger: How Malaysia Can Escape the Middle-Income Trap*, (Working Paper / 15 / 131). Washington, DC: International Monetary Fund.
- Dalgic, B. Iyidogan, P. and Balıkcıoğlu, E. (2014). Orta Gelir Tuzağından Çıkışta Hangi Faktörler? [Which Factors Falling into the Middle-income Trap?]. *Maliye Dergisi*, 167, 116-125.
- Egawa, A. (2013). *Will Income Inequality Cause a Middle-income Trap in Asia?* (Bruegel Working Paper 2013/06). Brussel: Bruegel.
- Eichengreen, B. Park, D. and Shin, K. (2012). *When Fast-Growing Economies Slow Down: International Evidence and Implications for China*, *Asian Economic Papers*, 11(1), 42-87.
- Eichengreen, B. Park, D. and Shin, K. (2013). *Growth Slowdowns Redux: New Evidence on the Middle-income Trap*, (NBER Working Paper No. 18673). Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Felipe, J. Abdon, A. and Kumar, U. (2012). *Tracking the Middle-income Trap: What Is It, Who Is in It, and Why?* (Working Paper No. 715). New York: Levy Economics Institute.
- Flaen, A. Ghani, E. and Mishra, S. (2013). *How to Avoid Middle Income Traps? Evidence from Malaysia*, (Policy Research Working Paper 6427). Washington, DC: The World Bank.
- Gill, I and Kharas, H. (together with Bhattachali, D. et al.) (2007). *An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth*, Washington, DC: The World Bank.
- Im, F. G. and Rosenblatt, D. (2013). *Middle-Income Traps: A Conceptual and Empirical Survey*, (Policy Research Working Paper 6594). Washington, DC: The World Bank.
- Jankowska, A. Nagengast, A. and Perea, J. R. (2012). *The Product Space and the Middle-income Trap: Comparing Asian and Latin American Experiences*, (Working Paper No. 311). Paris: OECD Development Center.
- Kanchoochat, V. (2014). *The Middle-income Trap Debate: Taking Stock, Looking Ahead*, *Kokusai Mondai (International Affairs)*, 633, 1-19.
- Kanchoochat, V. and Intarakumnerd, P. (2014). *Tigers Trapped: Tracing the Middle-income Trap through the East and Southeast Asian Experience*, (Working Paper No. 04/2014). Berlin: Competence Center.
- Kharas, H. and Kohli, H. (2011). *What Is the Middle-Income Trap, Why do Countries Fall into It, and How Can It Be Avoided?* *Global Journal of Emerging Market Economies*, 3(3), 281–289.
- Kocak, E. and Bulut, U. (2014). Orta Gelir Tuzağı: Teorik Çerçeve, Ampirik Yaklaşımlar ve Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama [The Middle-income Trap: Theoretical Framework, Empirical Perspectives and An Econometric Application on Turkey]. *Maliye Dergisi*, 167, 1-21.
- Lin, J. and Treichel, V. (2012). *Learning from China’s Rise to Escape the Middle-Income Trap: A New Structural Economics Approach to Latin America*, (Policy Research Working Paper 6165). Washington, DC: The World Bank.
- Maddison, A. (2010). *Statistics on World Population, GDP and Per Capita GDP, 1-2008 AD*, Available at: <http://www.gdpc.net/MADDISON/oriindex.htm> (data accessed on 03/02/2016).
- MUSIAD (2012). *Kalkınma Yolunda Yeni Eşik: Orta Gelir Tuzağı [New Threshold in a Way of Development: the Middle-income Trap]*, (editor: Hatice Karahan). (Research Reports: 79). Istanbul: MUSIAD.
- Onho, K. (2009). *Avoiding the Middle-income Trap: Renovating Industrial Policy Formulation in Vietnam*, *ASEAN Economic Bulletin*, 26(1), 25-43.
- Ozturk, A. (2015). *Examining the economic growth and the middle-income trap from the perspective of the middle class*, *International Business Review*, Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.03.008> (data accessed on 03/02/2016).
- Panther S. and Flechtner, S. (2015). *Global and Domestic Inequalities and the Political Economy of the Middle-income Trap*, *World Congress of Comparative Economics*, June 25-27 2015, Rome.
- Paus, E. (2012). *Confronting the Middle-Income Trap: Insights from Small Latecomers*, *Studies in Comparative International Development*, 47(2), 115-138.
- Paus, E. (2014). *Latin America and the Middle-income Trap*, (Financing for Development Series No. 250). Santiago: United Nations.

- Robertson, P. E. and Ye, L. (2013). On the Existence of a Middle-Income Trap, (Economics Discussion Paper 13.12). Perth: University of Western Australia.
- Tho, T. (2013). The Middle-Income Trap. Issues for Members of the Association of Southeast Asian Nations, VNU Journal of Economics and Business, 29(2), 107-128.
- Woo, T. W. (2012). China meets the middle-income trap: the large potholes in the road to catching-up, Journal of Chinese Economic and Business Studies, 10(4), 313-336.
- Yilmaz, G. (2014). Turkish Middle-Income Trap and Less Skilled Human Capital, (Working Paper No: 14/30). Ankara: Central Bank of the Republic of Turkey.
- Yiping, H. Qin, G. and Xun, W. (2014). Financial liberalization and the middle-income trap. What can China learn from the cross-country experience? China Economic Review, 31, 426-440.

Veri Ambarı Projelerinde ETL Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi¹

Determination Of Factors Affecting ETL Performance In Data Warehouse Projects

Hazal ÇELEBİ *
Ahmet Ferda ÇAKMAK **

ÖZ

Bilgi, özel bir amaca ulaşmak için verinin çeşitli analiz, dönüşüm ve gruplama işlemlerinden geçirilerek, daha sonra kullanılmak üzere yöneticiler için hazır ve faydalı bir hale getirilmiş şeklidir. Veri ambarı, farklı kaynaklarda tanımlanmış verilerin, belirli aralıklarla aktarılarak standart bir format ile tek bir ortamda tutulduğu ortamdır. Veri ambarının güncel olması oldukça önemlidir. Veri ambarının güncelliği ise ETL süreci ile sağlanmaktadır. ETL; Çıkar(Extract), Dönüştür(Transform) ve Yükle(Load) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Kullanılacak verinin dış kaynaklardan çıkarılması, verinin iş süreçlerine göre birleştirilmesi, dönüştürülmesi ve veri ambarına yüklenmesi sürecidir. Bu sürecin başlangıç faaliyetlerinden biri en uygun ETL yazılımının seçimidir. Bu çalışmada Veri Ambarı oluşturulmasında ETL yazılım aracı seçimini etkileyen ISO 25010 standardında yer alan faktörlerin ağırlıklandırılması ve yazılım araçları arasında AHP yöntemi ile karar verilmesi amaçlanmaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Veri Ambarı, ETL Süreci, İş Zekası, Analitik Hiyerarşi Prosesi.

ABSTRACT

Information is a form of data that has been subjected to various analysis, transformation and grouping processes to make it available and useful for managers to be used for later purposes. A data warehouse is an environment in which data defined in different sources is transferred in a regular format and kept in a single environment in a standard format. It is very important that the data warehouse is up to date. The actuality of the data warehouse is provided by the ETL process. ETL consists of the initials of the words Extract, Transform and Load. It is the process of extracting the data to be used from external sources, combining the data according to business processes, converting it and loading it into the data warehouse. One of the initial activities of this process is the selection of the most appropriate ETL software. In this study, it is aimed to weight the factors in ISO 25010 standard which affect the choice of ETL software tool in the creation of data warehouse and to make a decision among the software tools by AHP method.

KEYWORDS

Data Warehouse, ETL Process, Business Intelligence, Analytic Hierarchy Process

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance |
|---------------------------------------|---|
| 20.06.2019 | 14.11.2019 |
| Atıf | Çelebi, H. ve Çakmak, A. F. (2019). Veri Ambarı Projelerinde ETL Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 965-990. |

¹ Bu çalışma yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Bilgisayar Mühendisi, Obase Bilgisayar ve Danışmanlık Hizmetleri, hazaltuncay@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8003-8559

** Prof.Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, cakmak@beun.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8003-8559

GİRİŞ

Günümüz teknoloji çağında yaşanan büyük gelişmelerle birlikte emek, sermaye ve doğal kaynakların yanında bilgi, işletmelerinin rekabet avantajı sağlamalarında yeni bir üretim faktörü olarak önemli bir kaynak haline gelmiştir. (Aktan, 2018:2). Bilgi, özel bir amaca ulaşmak için verinin çeşitli analiz, dönüşüm ve gruplama işlemlerinden geçirilerek, daha sonra kullanılmak üzere yöneticiler için hazır ve faydalı bir hale getirilmiş şeklindedir. (Tuna, 2009:12).

İşletmelerin stratejik karar alabilmeleri, varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet avantajı sağlamalarında veri odaklı geliştirilen süreçler oldukça önemlidir. Bu süreçlerin gelişmesiyle ortaya çıkan çok miktardaki veri, Büyük Veri kavramını doğurmuştur. Genellikle veriler farklı kaynaklardan gelmekte, parçalı ve dağınık bir yapıda saklanmaktadır. Bu sebeple işletmeler bu verilerden fayda sağlamaları gerektiği halde veri kaynaklarının karmaşık yapısını yönetmekte zorluk yaşamaktadırlar.

İşletmelerin gereksinimlerine paralel olarak doğru bilgiye doğru zamanda ulaşabilmeleri için tüm verilerin yönetilmesine yardımcı olacak bir veri ambarı modeline ihtiyaç duyulmaktadır. Veri ambarı, farklı kaynaklarda tanımlanmış verilerin, belirli aralıklarla aktarılarak standart bir format ile tek bir ortamda tutulduğu ortamdır. (Ünal, 2018:1-2). Veri ambarının güncel olması bu noktada oldukça önemlidir. İş zekası sürecinin başarılı olabilmesi, veri ambarının iyi tasarlanmış olmasına bağlıdır. Damar ve diğ. (2018:202). Veri ambarının güncelliği ise ETL süreci ile sağlanmaktadır. Bu sürecin başlangıç faaliyetlerinden biri en uygun ETL yazılımının seçimidir. Hanine ve diğ. (2016:1-2).

ETL yazılımı seçimi eş zamanlı olarak birçok kriterin birlikte değerlendirilmesi gereken bir problem olduğundan, karar vericilerin ihtiyaçlarına göre doğru karar verebilmeleri için bu çalışmada AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) yöntemi kullanılmıştır.

Bu çalışmanın ana motivasyonlarından biri literatürde ETL yazılımını seçmek için bir AHP gibi bir metodolojik yaklaşım kullanıldığına dair yeterince kanıt bulunmamasıdır.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Verİ, Enformasyon ve Bilgi

Veri, enformasyon ve bilgi birbirleri ile sıklıkla karıştırılan kavramlardır. Veri kavramı enformasyon ve bilginin en küçük yapı taşıdır. Veri, işlenip analiz edilip yorumlandıktan sonra enformasyon şekline getirilir. Enformasyonun değerli olduğundaki en büyük etken onun doğru, ulaşılabilir, faydalı olması ve karar vermedeki etkinliğidir. Bilgi, veri ve enformasyona göre çok daha karmaşık bir yapıda olup enformasyonların bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Verinin aksine enformasyon yorum içerir ve kişinin deney ve tecrübesi ile bir araya gelip zenginleşerek bilgi haline gelir.

Kavramları kısa bir örnek ile açıklamak gerekirse;

- Veri: 10
- Enformasyon: Hava sıcaklığı 10 derecedir.
- Bilgi: Bugün denize gitmeyi ertelemeliyiz (Dülge, 2009:4).

1.2.Verİ Ambarı Kavramı

Veri ambarı, bir işletmede farklı birimlerde toplanan büyük hacimli, zaman değişkeni içeren tutarlı bilgilerin birleştirilmesi ile oluşan veri deposudur. Karar destek sistemlerinde bulunan verilerin artışı ve ilişkisel veritabanından ayırma ihtiyacı ile birlikte veri ambarları gündeme gelmiştir. Verilerin analizi ve sorgulanması için çeşitli kaynaklardan bilgiler gelmektedir. Veri ambarları bu çeşitli kaynaklardan gelen bütünleşmiş bilgileri analizler ve sorgular için birleştirir. Çeşitli araştırma ve incelemelerden sonra kurum yönetiminin verimliliğinin artması, ihtiyaç duyulan bilgileri depolama, analitik raporlar hazırlama, ileriye dönük politikaların belirlenmesi, idari kararların alınması ve karar vermeyi destekleme süreçlerinde kullanılmak için oluşturulmuş bir mimarıdır.

1.2.1.Verİ Ambarı Fonksiyonları ve Veri Tabanı ile Farkı

Veri ambarı ve veri tabanı arasındaki farklar Şeker(2015:6-7)'e göre aşağıdaki gibi açıklanmıştır.

Veri tabanı ve veri ambarı arasındaki en temel fark farklı kaynaklardan besleniyor olmalarıdır. Örneğin bir işletmede kasa verileri, müşteri bilgileri, stok bilgileri veri tabanında tablolar halinde tutulmaktadır. Saklanan bu verilerin kaynakları birleştirilerek analiz edilip raporlanması için geliştirilmiş sistem veri ambarıdır.

Veri tabanları tüm verileri tutar, veri ambarı ise sadece işlenmiş ve birleştirilmiş verileri tutar. Temiz ve dönüştürülmüş veriler bulunmaktadır. Bu sayede veri ambarından bir veriye erişilmek istendiğinde bu veri hazır şekilde bulunmaktadır.

Veri tabanlarında güncellemelerden yararlanabilmek için çeşitli algoritmalar kullanılmaktadır. Veri ambarı ise değişim değerlerini takip ederek periyodik olarak kendini güncellemektedir.

Veri tabanlarından veri ambarlarına akış tek yönlüdür. Veri tabanlarında güncelleme işlemler yapıldığında veri ambarları bu akış ile güncellenmektedir.

1.2.2. Veri Ambarında Yer Alan Verilerin Özellikleri

Veri ambarı, özneye dayalı, bütünleşik, kalıcı ve zaman dilimli olacak biçimde toplanmış veriler topluluğudur (Inmon, 2002:31). Veri ambarında bulunan verilerin 4 temel özelliği aşağıdaki gibidir.

1. Özneye Dayalı (Subject Oriented)

Veri ambarı bir işletmede karar vericiler için belirlenen konu üzerinde veriye ait çözümlenmeye odaklanır. Kullanılmayacak verileri hariç tutar, konu dışında verileri içeriye almazlar bu sayede veri ambarı verinin homojen yapıda olup basitleştirilmesini sağlamaktadır (İşli, 2009:4; Delibaş, 2017:47).

Kullanılmayacak verileri filtrelemek aynı zamanda veri ambarının boyutunu kontrol altında tutmamızı sağlamaktadır.

2. Bütünleşik (Integrated)

Veri ambarın farklı kaynaklardan gelen verilerden beslenmekte olduğundan gelen verilerin bir bütün oluşturması için uyumlu olacak şekilde birleştirilmesi gerekmektedir. Veri temizleme ve birleştirme işlemleri için ETL araçları kullanılmaktadır. (ETL hakkında bilgiye bir sonraki bölümde yer verilmiştir.) Örneğin, aynı mal bilgisi için farklı sistemlerde farklı mal numaraları ile tanımlanmış kayıtlar olabilir. Ancak mal ile ilgili datayı veri ambarına taşıırken bunun tek bir mal numarasına dönüştürülmesi gerekmektedir (İşli, 2009:4; Delibaş, 2017:47). Bunun için veri ambarında mal için yeni bir ID tanımlanır, kaynak sistemdeki mal numarası eşleşme için tabloda tutulmaktadır.

3. Kalıcı (Non volatility)

Veri ambarına gelen veriler geçmiş datalara daha sonra erişim sağlayabilmek için güncellenmemektedirler. Güncellenmek gerektiğinde tarih bazlı yeni bir kayıt atılması gerekmektedir. Yani verinin ilk yüklenmesi ve veriye erişim işlemleri gerçekleştirilebilmektedir (İşli, 2009:4; Delibaş, 2017:48).

4. Zaman Dilimli (Time Variant)

Veri ambarında bulunan tüm veriler tarih bilgisi ile birlikte saklanır. Bu sayede veri üzerinde geçmişte yapılan tüm değişiklikler tarihsel bazlı izlenebilmektedir (Delibaş, 2017:48). Verilerin tarihsel bazlı tutuluyor olması, veritabanında performansla olumlu etki etmekte, gerektiğinde veriye kolay ulaşmada ve raporlama sırasında kullanıcılara kolaylık sağlamaktadır.

1.3. ETL Kavramı

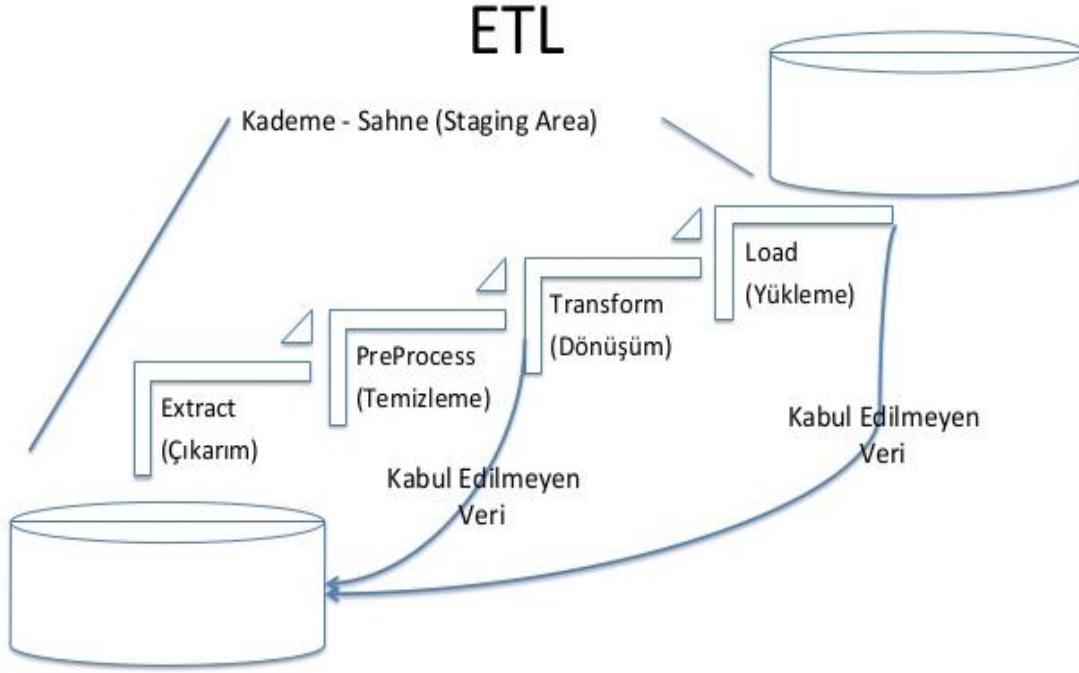
Günümüzde kurumların sahip olduğu veri kaynakları gittikçe artmaktadır. Kurumlarda operasyonel sistemlerde eş zamanlı olarak Oracle, SQL Server, Access gibi farklı ortamlarda tutulan veriler bulunmaktadır. Bu kaynakların çeşitliliği veri ambarı oluşturarak raporlama yapmayı amaçlayan kurumlar için verilerin entegrasyon işlemleri sırasında zorluk yaşatmaktadır. Bu amaçla veri ambarları verileri saklamalarının yanında veri çıkarımı – dönüşümü ve yüklemesi özelliklerine sahip uygulamalar tarafından kullanılarak ham veriyi işlevsel verilere dönüştürmektedir. Literatürde kısaca ETL olarak kullanılan bu süreç, veri ambarının en temel ve değerli süreçlerindedir. Extract (çıkart), transform (dönüştür) ve load (yükle) kelimelerinden kısaltılmıştır. ETL süreci; kaynak veri tabanından verilerin alınması, belirli işlemlerden geçirilerek ve gerekli düzenlemeler yapılarak veri ambarı yapısına uygun hale getirilip veri ambarına yüklenmesi şeklinde özetlenebilir (Şeker, 2015:8-9).

Verilerin entegrasyon süreçlerinde ETL araçları kullanan kurumlar, verilerinin kalitesi, güvenilirliği, uyumluluğu ve geçerliliği sayesinde verimli bir iş zekası ortamı oluşturabilirler. El-Sappagh ve diğ., (2011:91).

1.3.1. ETL Süreçleri

Şekil 1’de ETL süreçleri gösterilmiştir. Şekle göre veriler veri tabanında bulunur ve sırası ile Extract (çıkart), Transformation (dönüştür) ve Load (yükle) işlemleri ardından veri ambarına iletilmektedir.

Şekil 1: ETL Süreçleri



Kaynak: (Şeker, 2015:9)

1.3.1.1. Veri Çıkarma (Extract)

Verilerin kaynaklardan doğru bir şekilde çıkartılması ETL sürecinin en zor aşamasıdır. Farklı sistemler farklı formatlarda verilere sahip olduğundan extract aşamasının temel amacı verinin dönüştürülmeden önce uygun formatta hazırlanmasıdır. Bu çıkarma işlemi hem kaynak sistemlerden verilerin aktarılması sırasında hem de veri ambarında tutulan verilerin tablolara aktarımı sırasında da kullanılmaktadır. Veriler kaynak sistemde karmaşık yapıda olduğundan verinin tespiti oldukça zordur. Veri ambarının güncellenebilmesi için veri çıkarma sürecinin periyodik aralıklarla gerçekleşmesi gerekmektedir (Ünal, 2018:20).

Extract aşaması statik ve artışı olmak üzere 2 şekilde yapılabilmektedir. Statik algoritmalarda, raporlar blok halinde alınan veriler ile oluşturulur ve sonraki ay bu rapor tekrarlanmak istendiğinde bu 1 aylık veri tekrar extract edilir. Artışlı algoritmalarda ise, sadece aradaki artışlar güncellenir. Aylık olan raporlarda ilk yöntem, günlük olan yöntemlerde ise değişikliklerin görüntülenebilmesi için ikinci yöntemin kullanılması daha uygundur (Şeker, 2015:9).

Veri ambarında sağlıklı veri taşıma işlemi gerçekleştirilebilmek için veri tabanından taşınan verilerin belirli stratejiler ile taşınması gerekmektedir. Bu konular Delibaş (2017:55)'a göre şu şekilde sıralanmaktadır;

- Verinin kaynağı,
- Verinin yapısı,
- Verinin taşınma yöntemi,
- Verinin taşınma sıklığı,
- Zaman,
- Önem sırası,
- Hata düzeltme,

Verilerin hangi kaynak üzerinden hangi yapıda geldiği bilgisi sistemde yer almalıdır. Veri taşıma işlemi genelde artışlı algoritmalar ile yapılmaktadır. Bu yöntem için veri tabanına veri taşıma işleminden sonra kalan verilerin en son ne zaman taşındığı bilgisi ve değişiklik görmüş kayıtların bilgisi için gelen verilerin değişiklik tarihlerinin biliniyor olması gerekmektedir. Bu sayede değişen kısımlar veri ambarlarına alınabilmektedir. Bu yöntem sayesinde aktarım hızlı gerçekleşir. Verilerin taşınma sıklığı, hangi önem sırasına göre ve ne zaman taşınacağı bilgisinin sistemi yormayacak şekilde sistemde olması gerekmektedir (Delibaş, 2017: 55). Bu nedenle aktarım işleminin kaynak ve raporlama sisteminde yoğunluğa neden olmaması ve kullanıcıları etkilememesi için genellikle işlemlerin gece saatlerinde yapılması tercih edilmektedir.

1.3.1.3. Temizleme (Preprocess)

Preprocess (temizleme) aşaması ilk aşama olan extract (çıkart) aşamasının devamı niteliğindedir ve bazı kaynaklarda bu aşama ayrı olarak ele alınmayıp extract aşamasının içinde incelenmektedir. Temizleme aşamasında yazılım hataları, eksik veriler, tekrarlı veriler düzeltilir ya da ayıklanır. Düzeltilemeyen hatalı veriler ETL uzmanları tarafından incelenir ve düzeltme işleminin ardından süreç devam eder (Şeker, 2015:9).

1.3.1.3. Dönüşüm (Transformation)

Transform (Dönüşüm) işlemi satır ve kolon olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Satır boyutunda verilerin parçalanması, birleştirilmesi, ortalamalarının alınması, toplamlarının bulunması gibi işlemler incelenmektedir. Kolon boyutunda ise çoklu olarak kolonların birleştirilmesi ya da tek bir kolonun bölünerek birden fazla kolona dönüştürülmesi işlemleri incelenir. Örnek olarak farklı kaynaklarda tutulan cinsiyet kodlarının tek bir koda dönüştürülmesi işlemi bu aşamada yapılmaktadır (Şeker, 2015:8-9).

Veriler üzerinde iyileştirme için aşağıdaki işlemler yapılmaktadır (Delibaş, 2017:56);

- Veri Seçimi: Tekrarlı kayıtlar tekilleştirilir.
- Veri Birleştirme: Farklı kaynaklardan gelen ilişkili veriler birleştirilir.
- Veri Değiştirme: Farklı kaynaklardan gelen verilerin kullanılabilir ve anlaşılabilir olması için verilerin standardizasyonu yapılır. Örneğin; cinsiyet bilgisi bir kaynakta kadın - erkek olarak tanımlı ancak başka bir kaynakta K - E şeklinde tanımlı olabilir. Bu farklılık Kadın - Erkek şeklinde aynı formata dönüştürülerek giderilmiş olur.
- Veri Özetleme: Kaynaklardan gelen veriler kullanılarak genel bilgiler üretilir. Örneğin bir mağazanın satış bilgileri kullanılarak ürün bazında özet satış verileri seti oluşturulabilir.
- Veri Zenginleştirme: Farklı kaynaklardan gelen çok sayıda veriler ile daha anlamlı ve değerli veri ortaya çıkarılır.

1.3.1.4. Veri Yükleme (Load)

Son aşama olan Load aşaması (yükleme)'nda kaynaktan veriler dönüştürüldükten sonra veri ambarına aktarmak için hazır hale gelmiştir. Bu aşama yenileme ve güncelleme olmak üzere 2 şekilde olabilmektedir. Yenileme modu, verilerin periyodik olarak alınarak yenilenmesi salanmaktadır. Güncelleme modu ise verilerin yalnızca değişen kısımlarının alınarak güncellenmesi sağlanmaktadır (Şeker, 2015:10).

Yükleme yapabilmek için verilerin birbirleriyle olan alt üst bağıllığının bir model ile belirlenmiş olması gerekmektedir. Örneğin bölge ve mağaza arasında alt-üst bir ilişki vardır. Mağaza bölge ile ilişkilendirilmiştir, yani mağazalar bölgeye bağlıdır. Eğer mağaza sınıfında bulunan bir veride bölge bilgisi yer almıyorsa bu satır veri ambarına gönderilmez (Delibaş, 2017:58). Ancak gereken durumlarda kaynak sistemdeki hatayı tespit edip düzeltebilmek için eşleşmeyen veriyi tanımsız olarak veri ambarına taşıma işlemi de yapılabilmektedir. Bu sayede hatalı veri raporlamalarda doğrudan ortaya çıkmakta ve düzeltilmesi için gerekli adımlar uygulanabilmektedir.

Delibaş (2017:58)'a göre verilerin veri ambarına yüklenme süreçleri aşağıdaki gibidir;

- **İlk yükleme:**

İlk adım olarak gösterilir. Tüm tabloların dolması zaman alabilir. Yeni işe başlayan bir çalışanın sıfırdan yapılan personel bilgilerinin kaydı buna örnektir.

- **Düzenli Yükleme:**

Güncellenme sıklığına bağlı olarak üzerinde değişiklik olan verilerin veri ambarına da yansıtıldığı adımdır. Veriler ilk yüklemekten sonra belirli aralıklarla güncellenmelidir. Sadece değişiklik gören veriler aktarılacağından ilk yükleme aşaması gibi tabloların dolması uzun sürmez. ETL sistemde bulunan yeni veri ile değişen veriyi tespit edebilir. Mağaza değişikliği olan bir personel buna örnektir.

- **Tam yükleme:**

İlk yükleme adımında tüm tablolar yüklenirken bu aşamada sadece bazı tablolar yüklenir. İlk aşamada aktarılan yeni işe başlayan bir çalışanın personel kaydında olan eksik bilgiler tam yükleme aşamasında aktarılır.

2.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Literatür incelemesinde ETL süreci ile ilgili yapılan çalışmalar, çok kriterli karar verme yöntemleriyle(AHP) yapılan çalışmalar, bilişim sektöründe AHP yöntemi konusunda yapılan çalışmalar ve ISO kalite modeli baz alınarak yapılan çalışmalar ayrı ayrı taranmıştır.

2.1.ETL Süreci ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Kakish ve Kraft (2012) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, ETL sürecinin veri ambarının güncelliği üzerinde en önemli kriterdir. İş zekası ve raporlamaların gerçek zamanlı olarak yapılabilmesi için periyodik olarak veri ambarını güncelleyen bir ETL yazılım aracına ihtiyaç duyulmaktadır.

Ferreira ve diğ. (2013) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, güncel veriye istenildiği an ulaşılabilmesi için canlı veri ambarı teknolojilerinin kullanımı gerekmektedir.

Pall ve Khaira (2018) tarafından yapılan bir çalışmada, 2010 Gartner Raporuna göre önde gelen ETL yazılım araçlarının özelliklerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Sonuca göre büyük işletmelerin ihtiyaçlarını karşılayan yazılım araçları IBM ve ODI olarak belirlenmiştir.

2.2.AHP Yönteminin Bilişim Sektöründe Kullanıldığı Çalışmalar

Lee ve diğ. (2005) tarafından yapılan bir çalışmada, web sitesi kalitesinin e-ticaret başarısı üzerindeki etkisinin belirlenmesinde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) tekniğinden faydalanılmıştır. Ana kriterler Bilgi Kalitesi, Servis kalitesi, Sistem kalitesi, Satıcıya Özel Kalite ve bunlara bağlı 14 alt kriter olarak belirlenmiştir. Seçimde en çok önemli görülen kriterin Sistem kalitesi olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonucunda 4 tane e ticaret sitesi arasında sıralama yapılmıştır.

Başlıgil (2005) tarafından yapılan bir çalışmada, en iyi yazılımın belirlenmesinde Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) tekniğinden faydalanılmıştır. Kriterler Yöntem, İşletme, Yatırım Özellikleri ve bunlara bağlı 11 alt kriter olarak belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda 3 tane yazılım arasında sıralama yapılmıştır.

Girginler ve Kaygısız (2009) tarafından yapılan bir çalışmada, bir üniversitede akademisyenlerin hem çalışmalarında hem de eğitimde kullanılacak olan istatistiksel yazılım programının seçimi için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) tekniğinden faydalanılmıştır. Ana Kriterler finansal, teknik, analiz, kullanım ve satıcı özellikler olarak belirlenmiştir. Seçimde en çok önemli görülen kriterin analiz özellikleri olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre en uygun yazılım, Statistica paket programı olarak belirlenmiştir.

Keçek ve Yıldırım (2010) tarafından yapılan bir çalışmada, otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede en etkin Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımını seçimi için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) tekniğinden faydalanılmıştır. Ana kriterler Yazılım kriterleri ve tedarikçi kriterleri ve bunlara bağlı 12 alt kriter olarak belirlenmiştir. Yazılım kriterleri altında işletmeye uygunluk, fonksiyonellik, toplam maliyet, uyarılama süresi, güvenilirlik, kullanım kolaylığı, esneklik, upgrade, karar destekleme düzeyi alt kriterleri kullanılmıştır. Tedarikçi kriterleri altında Firmanın durumu, destek ve hizmetler ve referanslar alt kriterleri kullanılmıştır. Seçimde en çok önemli görülen kriterin yazılım kriterleri olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre en uygun ERP yazılım, Likom yazılımı olarak belirlenmiştir.

Vatansever ve Uluköy (2013) tarafından yapılan bir çalışmada, üretim sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede en etkin Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) yazılımını seçimi için kriter ağırlıklarının belirlenmesinde bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) tekniğinden faydalanılmıştır. Kriterler Toplam Maliyet, Fonksiyonellik, Sistem Esnekliği, Sistemin Güvenilirliği, Uygulama Zamanı ve Kullanım Kolaylığı olarak belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre en uygun ERP yazılım, SAP yazılımı olarak belirlenmiştir.

Hanine ve diğ. (2016) tarafından yapılan bir çalışmada, Çıkar Dönüştür Yükle (ETL- Extract, Transform and Load) yazılımı seçimi için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) tekniğinden faydalanılmıştır. Yazılım kalitesinin ölçülmesi için ISO/IEC 9126 uluslararası standart normlarından faydalanılmıştır. Kriterler İşlevsellik, Satıcı,Kullanılabilirlik, Maliyet, Güvenilirlik ve bunlara bağlı 15 alt kriter olarak belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda 5 tane yazılım arasında sıralama yapılmıştır.

3.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Yapılan çalışmada Analitik Hiyerarşi Prosesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın verileri bir bilişim şirketinde bulunan 4 ETL uzmanı ile birebir görüşme ve anket tekniği ile toplanarak elde edilen veriler yorumlanıp çalışmada sunulmuştur.

3.1.Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

İnsanlar bir seçim yaparlarken belirli kriterler mevcut ise karar verme noktasında sıralama yaparlar. Belirli kriter veya ölçütlerin olmaması durumunda kıyaslama yaparlar. Karar verme problemlerinde ele alınan

kriterlerin çok olması durumunda karar vermek zor olacaktır. (Saaty, 1994: 20). Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP), bu karmaşık hiyerarşi problemlerine çözüm sağlamak amacıyla, Thomas L. Saaty tarafından 1977 yılında geliştirilen nicel ve nitel yöntemlerin bir arada değerlendirildiği, sınırlı sayıda alternatiflerin sıralanarak seçilmesinde kullanılan en uygun ve en yaygın çok ölçütlü karar verme metodudur (Yavuz, 2016:164) Kriter ve alternatiflerin ikili karşılaştırılmaları ile elde edilen öncelik değerlerine göre ölçüm yapılmaktadır.

Bir araştırmada karar verme aşamasında uzmanların görüşleri ve sürece dahil edilmesi kararın etkinliğini arttıracığından oldukça önemlidir. Ancak modelde yer alan her kriterin önemi her uzman için aynı değildir. Farklı açılardan yapılan yaklaşımlar bir arada değerlendirilerek herkesin uzlaştığı bir karara gereksinim duyulmaktadır. Adıgüzel ve diğ. (2009:21).

Analitik Hiyerarşi Prosesi, çok kriterli problemlerin tanımlandığı bir hiyerarşik yapı çizer. Bu hiyerarşik yapının belirli bir formatta ikili olarak karşılaştırılması ise analitik hiyerarşi prosesinin yönetimidir (Şentürk, 2011:66). Bu sayede karışık problemleri çözmek için karar verme aşamasında daha etkili sonuçlar alınmasını sağlanmaktadır.

3.2.AHP Yönetiminin Uygulama Adımları

AHP'nin aşamaları aşağıdaki gibi listelenebilir;

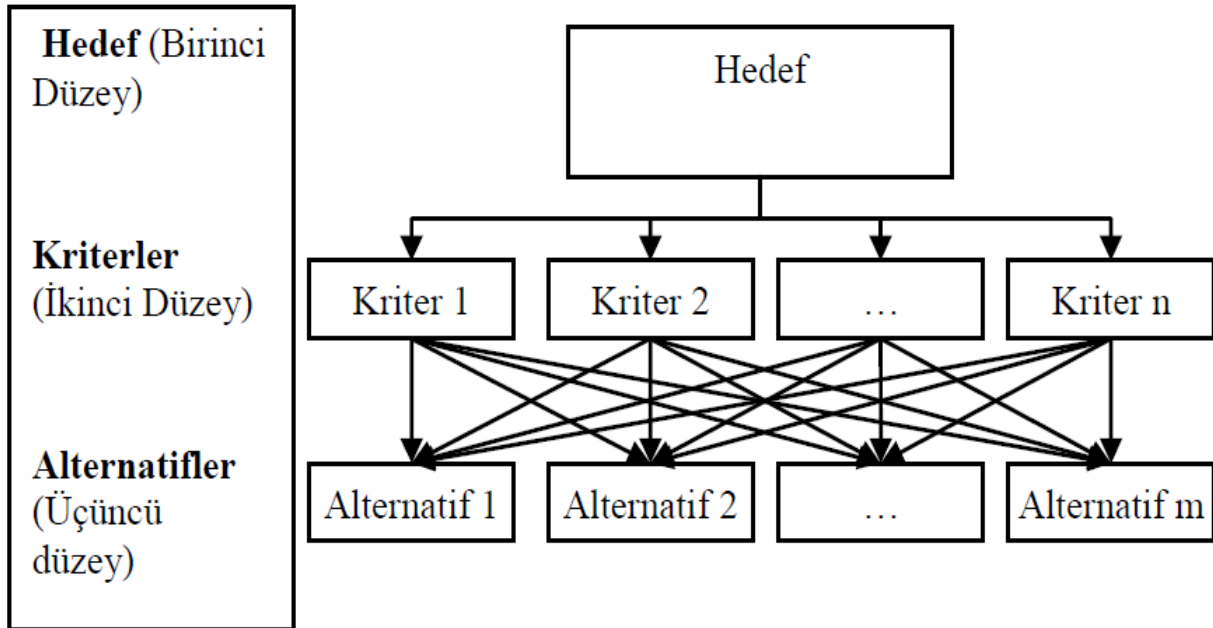
1.Adım: Hedef Tanımlaması

Öncelikle probleme ilişkin bir hedef tanımlaması yapılır.

2.Adım: Hiyerarşik Yapı Oluşturulması

İlk aşama hiyerarşik bir düzenin oluşturulmasıdır. Bunun için ilk olarak araştırma yapılacak konu ile ilgili hedefe uygun kriterler, bunlara bağlı alt kriterler ve en alt seviyede alternatifler belirlenir (Saaty, 2000: 484). Şekil 2' de Hedef, kriterler, alt kriterler ve alternatiflerin yer aldığı hiyerarşik yapı modeli yer almaktadır.

Şekil 2: Örnek Hiyerarşik Yapısı



Kaynak: Özden, Ünal H. (2008:303)

3.Adım: Verilerin Toplanması

Subjektif bir yöntem olan AHP, çok sayıda uzmana ihtiyaç duymamaktadır. Uzmanlardan elde edilen veriler uzlaşma sağlanarak değerlendirilebilir ya da görüşler ikili olarak geometrik ortalama alınması işlemi ile de karar matrisleri oluşturulur.

4.Adım: İkili Karşılaştırma Matrislerin Oluşturulması

Saaty'nin 1-9 ikili karşılaştırmalar ölçeği Tablo 1 dikkate alınarak, ilk adımda belirlenen hiyerarşik yapıda oluşturulan ana kriterler, alt kriterler ve alternatiflerin karar vericiler tarafından ikili olarak birbirleriyle karşılaştırılması aşamasıdır. Matriste yer alan satırlar ile sütunlar karşılaştırılır ve "satırdaki kriter sütundaki kritere göre ne kadar daha önemli?" sorusuna cevap aranır. Ardından 1-9 arasında değer verilmesi istenir. İkili karşılaştırmalar ölçeğine göretüm kriterlere verilmiş olan ağırlıkların ya da önem derecelerinin birbirlerine oranlanmaları ile matris elde edilir. Keçek ve Yıldırım (2010: 199).

Tablo 1: AHP İkili Karşılaştırmalar Ölçeği

| Önem Değerleri | Tanım | Değer Tanımları |
|----------------|----------------------------|---|
| 1 | Eşit Derecede Önem | Her iki kriter eşit derecede öneme sahiptir. |
| 3 | Orta Derecede Önem | Bir kriter diğer kritere göre biraz daha fazla önemlidir. |
| 5 | Kuvvetli Derecede Önem | Bir kriter diğer kriterden kuvvetli derece önemlidir. |
| 7 | Çok Kuvvetli Derecede Önem | Bir kriter diğer kriterden kuvvetli derecede önemlidir. |
| 9 | Mutlak Derecede Önem | Bir kriter diğer kriterden çok yüksek derecede önemlidir. |
| 2,4,6,8 | Ara Değerler | İki kriter arasında küçük farklar vardır. |

Kaynak: Saaty (1994)

5.Adım: Önem Derecelerinin Hesaplanması

Bu aşamada ilk olarak ilişki matrisleri normalize edilir;

1. Aşama : Her sütunun toplamı hesaplanır.
2. Aşama : Matrisin her elemanı hesaplanan sütun toplamına bölünür.
3. Aşama : Normalize edilmiş olan bu matrisin satır toplamı satırdaki eleman sayısına bölünerek satır elemanlarının ortalaması hesaplanır. Böylece her kriter, alt kriter ve alternatifler için öz vektör hesaplanmış olur. Keçek ve Yıldırım (2010: 200).

6.Adım: Tutarlılık Oranının Ölçülmesi

AHP yönteminde elde edilen sonuçların güvenilir ve anlamlı olup olmadığının kontrolü için ikili karşılaştırmalar sonucunda elde edilen matrislerin tutarlılığı test edilir. Oluşturulan ikili karşılaştırmalar matrisinin tutarlı olduğunu gösterebilmek için en büyük öz vektör değerinin matris boyutuna eşit olması gerekmektedir. Tutarlılık oranı Saaty tarafından geliştirilmiştir. (Keçek, 2010: 200 , Pekkaya ve Çolak, 2013:805)

$$\text{Tutarlılık Oranı (CR)} = (\lambda - n)(n - 1) / RI \quad (1)$$

Tutarlılık oranı (1)'deki formül ile hesaplanır. Eşitlikte yer alan RI (Rastgele İndex) değeri Tablo 2'den bulunur.

Tablo 2: Rastgele index değerleri

| Kriter Sayısı | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
|---------------|---|---|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| RI | 0 | 0 | 0,58 | 0,9 | 1,12 | 1,24 | 1,32 | 1,41 | 1,45 | 1,49 | 1,51 | 1,48 | 1,56 | 1,57 |

Kaynak: Özden (2008).

Hesaplama sonucu elde edilen değer tutarlı olabilmesi için 0.1'den küçük olmalıdır.

7.Adım: Alternatifin Belirlenmesi

Alternatifler ile ilgili sıralama oluşturulabilmesi için oluşturulan tüm ikili karşılaştırma matrislerinde elde edilen öncelik değerleri ile alternatiflerin kriterlere göre öncelik değerlerinin çarpımları alınmaktadır. Toplamları 1 olarak elde edilen yüzdeler en büyüğü problem için seçilen alternatif olur (Özden, 2008:308, Saaty 1994: 33)

4.UYGULAMA

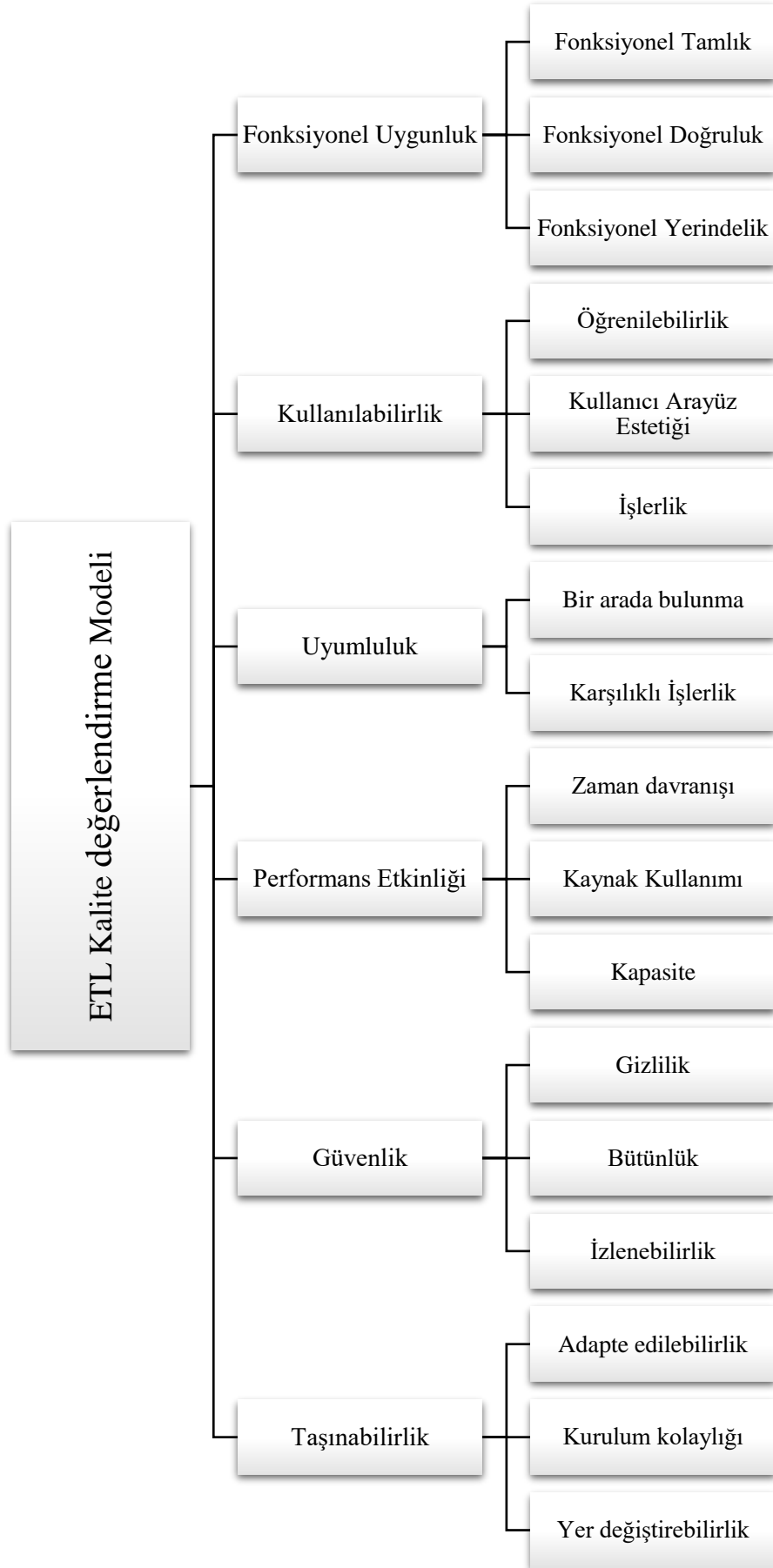
Grup kararları, kişisel kararların birleştirilmesi ile oluşturulmaktadır. Bunun için iki yöntem mevcuttur. İlk yöntemde karar vericiler kendi aralarında konu hakkında uzlaşma sağlayarak sözel olarak bildirebilmektedir. Diğer yöntemde ise karar vericiler tarafından belirlenen hükümlerin ikili olarak geometrik ortalamalarının alınmaları ile sağlanmaktadır. İki yöntemde de elde edilen veriler matrise yerleştirilmektedir. Küçükönder ve diğ.(2013:95).

Bu çalışmada karar vericilerin hükümlerinin birleştirilerek grup kararlarının belirlenmesinde uzmanlar arası uzlaşma sağlanarak görüş birliği yönteminden yararlanılmıştır. Bunun için ilk aşamada yazılım sektöründe faaliyet gösteren bir firmada çalışan 4 ETL uzmanından oluşan bir karar verici grubu belirlenmiş ve değerlendirme sürecine başlanmıştır. ETL yazılım aracı seçimi için, ISO 25010 standardında yer alan kriterlerin seçimi, literatür taraması ve uzman karar verici grubu görüşleri ile belirlenmiştir. İkinci aşama olarak problemin amacına uygun bir şekilde ana kriterler, alt kriterler ve alternatifler uzmanlarca değerlendirilmiştir. Son aşamada ise ETL yazılım araçlarının sıralaması elde edilmiştir.

4.1.Analiz ve Bulgular

Modelde yer alan 6 ana kriter ve onların alt kriterleri Şekil 3’de yer almaktadır;

Şekil 3: Etl Modeli



Şekil-3'e göre; amaç "En iyi ETL aracı seçimi"dir. Bu seçimi etkileyen kriterler için geliştirilen modelin 6 ana ve 17 alt karakteristiği bulunmaktadır. Karar seçenekleri ise belirlenen 5 (SSIS, ODI, TALEND, PENTAHO, IBM) ETL aracıdır. Bu model ISO 25010 modelinden uyarlanmıştır. ISO dünya çapında güvenilir bir kuruluştur, kalite modeli yaklaşımı pratik, karakteristikleri kapsayıcı, uygulama alanı çeşitli ve karar vericilere göre özelleştirilebilir olduğundan bu çalışmada ISO kalite modelinin temel alınmıştır.

4.2.Kriterlerin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Yapılan anketlerden elde edilen veriler çalışmaya dahil edilmiş ana ve alt kriterler için önem dereceleri belirlenmiştir.

4.2.1.Ana Kriterlere İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Öncelikle 6 ana kriter ikili karşılaştırmaya sokulmuştur, ETL uzmanlarından oluşan karar verici grubun görüşleri doğrultusunda oluşturulan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 3'teki gibidir. Tablo 3'ün son satırında her kriter için hesaplanan öz vektör değerleri belirtilmiştir.

Tablo 3: Ana kriterler için İkili karşılaştırma matrisi

| | Fonksiyonel Uygunluk | Kullanılabilirlik | Uyumluluk | Performans Etkinliği | Güvenlik | Taşınabilirlik |
|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------|----------------------|----------|----------------|
| Fonksiyonel Uygunluk | 1 | 3 | 4 | 7 | 9 | 5 |
| Kullanılabilirlik | 1/3 | 1 | 3 | 5 | 7 | 5 |
| Uyumluluk | 1/4 | 1/3 | 1 | 5 | 5 | 3 |
| Performans Etkinliği | 1/7 | 1/5 | 1/5 | 1 | 2 | 1/2 |
| Güvenlik | 1/9 | 1/7 | 1/5 | 1/2 | 1 | 1/5 |
| Taşınabilirlik | 1/5 | 1/5 | 1/3 | 2 | 5 | 1 |
| Öz Vektör | 0,436734 | 0,262329 | 0,148837 | 0,044876 | 0,028639 | 0,078584 |
| Tutarlılık Oranı | 0,05974 | | | | | |

Elde edilen öz vektörlere göre, ETL yazılım aracı kalitesini etkileyen ana kriterler içinde %44'lük ağırlıkla en önemli kriterin "Fonksiyonel Uygunluk" olduğu açıkça görülmektedir. Onu sırası ile %26'lık oranla "Kullanılabilirlik" kriteri, %15lik oranla "Uyumluluk", %8'lik oranla "Taşınabilirlik", %4'lük oranla "Performans Etkinliği" ve %3'lük oranla "Güvenlik" kriterleri takip etmektedir.

4.2.2.Alt Kriterlere İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Bu aşamada sırasıyla Fonksiyonel Uygunluk, Kullanılabilirlik, Uyumluluk, Performans Etkinliği, Güvenlik ve Taşınabilirlik ana kriterlerine bağlı olan alt kriterlerin kendi içlerindeki önem dereceleri belirlenmiştir.

4.2.2.1.Fonksiyonel Uygunluk Alt Kriterlerine İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Fonksiyonel uygunluk ana kriterine ait 3 alt kriterler kendi aralarında karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 4'teki gibi elde edilmiştir. Tablo 4'ün son satırında her bir kriter için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 4: Fonksiyonel Uygunluk Alt Kriteri İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Fonksiyonel Tamlik | Fonksiyonel Doğruluk | Fonksiyonel Yerindelik |
|------------------------|--------------------|----------------------|------------------------|
| Fonksiyonel Tamlik | 1 | 1/9 | 1/5 |
| Fonksiyonel Doğruluk | 9 | 1 | 3 |
| Fonksiyonel Yerindelik | 5 | 1/3 | 1 |
| Öz Vektör | 0,062941 | 0,671622 | 0,265437 |

Tutarlılık Oranı 0,030333

Fonksiyonel uygunluk ana kriteri açısından en önemli alt kriter, %67'lik oranla “Fonksiyonel Doğruluk” kriteridir. Bunu %27'lik oranla “Fonksiyonel Yerindelik” kriteri ve en az derecede öneme sahip %8'lik oranla “Fonksiyonel Tamlık” kriteri izlemektedir.

4.2.2.2.Kullanılabilirlik Alt Kriterlerine İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Kullanılabilirlik Etkinliği ana kriterine ait 3 alt kriterler kendi aralarında karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 5'teki gibi elde edilmiştir. Tablo 5'in son satırında her bir kriter için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 5: Kullanılabilirlik Alt Kriteri İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Öğrenilebilirlik | Kullanıcı Arayüz Estetiği | İşlerlik |
|---------------------------|------------------|---------------------------|----------|
| Öğrenilebilirlik | 1 | 3 | 1/5 |
| Kullanıcı Arayüz Estetiği | 1/3 | 1 | 1/9 |
| İşlerlik | 5 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,17818 | 0,070417 | 0,751403 |
| Tutarlılık Oranı | 0,030333 | | |

Kullanılabilirlik ana kriteri açısından en önemli alt kriter, %75'lik oranla “İşlerlik” kriteridir. Bunu %18'lik oranla “Öğrenilebilirlik” kriteri ve en az derecede öneme sahip %7'lik oranla “Kullanıcı Arayüz Estetiği” kriteri izlemektedir.

4.2.2.3.Uyumluluk Alt Kriterlerine İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Uyumluluk Etkinliği ana kriterine ait 3 alt kriterler kendi aralarında karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 6'daki gibi elde edilmiştir. Tablo 6'nın son satırında her bir kriter için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 6: Uyumluluk Alt Kriteri İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Bir Arada Bulunma | Karşılıklı İşlerlik |
|---------------------|-------------------|---------------------|
| Bir Arada Bulunma | 1 | 1/5 |
| Karşılıklı İşlerlik | 5 | 1 |
| Öz Vektör | 0,070417 | 0,17818 |
| Tutarlılık Oranı | 0,030333 | |

Uyumluluk ana kriteri açısından en önemli alt kriter, %72'lik oranla “Karşılıklı İşlerlik” kriteridir. Bunu %28'lik oranla “Bir Arada Bulunma” kriteri izlemektedir.

4.2.2.4.Performans Etkinliği Alt Kriterlerine İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Performans Etkinliği ana kriterine ait 3 alt kriterler kendi aralarında karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 7'deki gibi elde edilmiştir. Tablo 7'nin son satırında her bir kriter için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 7: Performans Etkinliği Alt Kriteri İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Zaman Davranışı | Kaynak Kullanımı | Kapasite |
|------------------|-----------------|------------------|----------|
| Zaman Davranışı | 1 | 1/3 | 1/9 |
| Kaynak Kullanımı | 3 | 1 | 1/5 |
| Kapasite | 9 | 5 | 1 |
| Öz Vektör | 0,070417 | 0,17818 | 0,751403 |
| Tutarlılık Oranı | 0,030333 | | |

Performans Etkinliği ana kriteri açısından en önemli alt kriter, %75'lik oranla “Kapasite” kriteridir. Bunu %18'lik oranla “Kaynak Kullanımı” kriteri ve en az derecede öneme sahip %7'lik oranla “Zaman Davranışı” kriteri izlemektedir.

4.2.2.5. Güvenlik Alt Kriterlerine İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Güvenlik ana kriterine ait 3 alt kriterler kendi aralarında karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 8'deki gibi elde edilmiştir. Tablo 8'in son satırında her bir kriter için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 8: Güvenlik Alt Kriteri İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Gizlilik | Bütünlük | İzlenebilirlik |
|------------------|----------|----------|----------------|
| Gizlilik | 1 | 9 | 7 |
| Bütünlük | 1/9 | 1 | 1/3 |
| İzlenebilirlik | 1/7 | 3 | 1 |
| Öz Vektör | 0,785378 | 0,065789 | 0,148833 |
| Tutarlılık Oranı | 0,083861 | | |

Güvenlik ana kriteri açısından en önemli alt kriter, %78'lik oranla "Gizlilik" kriteridir. Bunu %15'lik oranla "İzlenebilirlik" kriteri ve en az derecede öneme sahip %7'lik oranla "Bütünlük" kriteri izlemektedir.

4.2.2.6. Taşınabilirlik Alt Kriterlerine İlişkin Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Taşınabilirlik ana kriterine ait 3 alt kriterler kendi aralarında karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 9'daki gibi elde edilmiştir. Tablo 9'un son satırında her bir kriter için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 9: Taşınabilirlik Alt Kriteri İçin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Adapte Edilebilirlik | Kurulum Kolaylığı | Yer Değiştirebilirlik |
|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------|
| Adapte Edilebilirlik | 1 | 9 | 5 |
| Kurulum Kolaylığı | 1/9 | 1 | 1/3 |
| Yer Değiştirilebilirlik | 1/5 | 3 | 1 |
| Öz Vektör | 0,751403 | 0,070417 | 0,17818 |
| Tutarlılık Oranı | 0,030333 | | |

Taşınabilirlik ana kriteri açısından en önemli alt kriter, %75'lik oranla "Adapte Edilebilirlik" kriteridir. Bunu %18'lik oranla "Yer Değiştirebilirlik" kriteri ve en az derecede öneme sahip %7'lik oranla "Kurulum Kolaylığı" kriteri izlemektedir.

Bu işlemlerin ardından her bir kriter için önem derecesi elde edilir. BPMSG online sistemi üzerinde elde edilen tablo verileri Şekil 4 ve Şekil 5'deki gibidir. Grafik 1'de grafik halinde oluşturulmuştur.

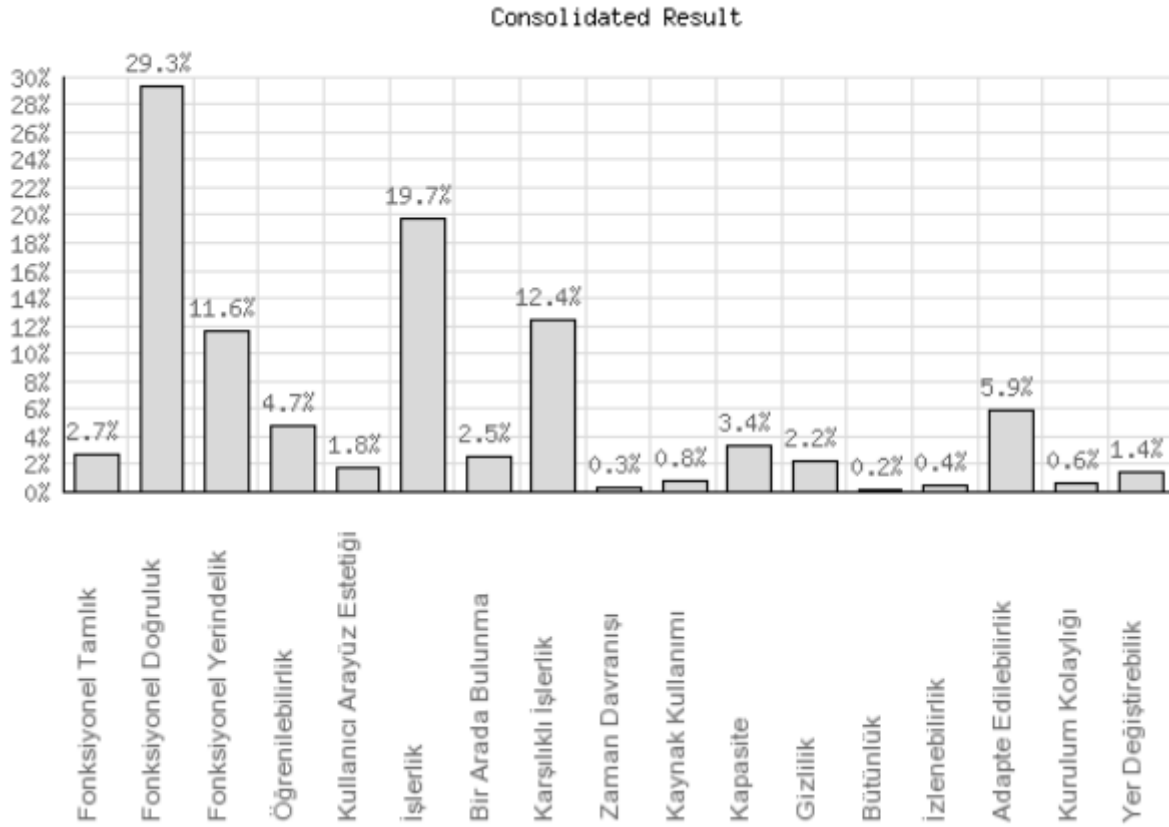
Şekil 4: Tüm Kriterlerin Önem Dereceleri

| Decision Hierarchy | | | |
|-----------------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------|
| Level 0 | Level 1 | Level 2 | Glb Prio. |
| Select ETL Tool | Fonksiyonel Uygunluk 0.437 | Fonksiyonel Tamlik 0.063 | 2.7% |
| | | Fonksiyonel Doğruluk 0.672 | 29.3% |
| | | Fonksiyonel Yerindelik 0.265 | 11.6% |
| | Kullanılabilirlik 0.262 | Öğrenilebilirlik 0.178 | 4.7% |
| | | Kullanıcı Arayüz Estetiği 0.070 | 1.8% |
| | | İşlerlik 0.751 | 19.7% |
| | Uyumluluk 0.149 | Bir Arada Bulunma 0.167 | 2.5% |
| | | Karşılıklı İşlerlik 0.833 | 12.4% |
| | Performans Etkinliği 0.045 | Zaman Davranışı 0.070 | 0.3% |
| | | Kaynak Kullanımı 0.178 | 0.8% |
| | | Kapasite 0.751 | 3.4% |
| | Güvenlik 0.029 | Gizlilik 0.785 | 2.2% |
| | | Bütünlük 0.066 | 0.2% |
| | | İzlenebilirlik 0.149 | 0.4% |
| | Taşınabilirlik 0.079 | Adapte Edilebilirlik 0.751 | 5.9% |
| | | Kurulum Kolaylığı 0.070 | 0.6% |
| Yer Değiştirebilirlik 0.178 | | 1.4% | |
| | | | 1.0 |

Şekil 5: Alt Kriterlerin Yüzdeler Olarak Önem Dereceleri

| Participants | Fonksiyonel Tamlik | Fonksiyonel Doğruluk | Fonksiyonel Yerindelik | Öğrenilebilirlik | Kullanıcı Arayüz Estetiği | İşlerlik | Bir Arada Bulunma | Karşılıklı İşlerlik | Zaman Davranışı | Kaynak Kullanımı | CR _{max} |
|--------------|--------------------|----------------------|------------------------|------------------|---------------------------|----------|-------------------|---------------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Group result | 2.7% | 29.3% | 11.6% | 4.7% | 1.8% | 19.7% | 2.5% | 12.4% | 0.3% | 0.8% | 8.4% |

Grafik 1: Alt Kriterlere Ait Önem Dereceleri Grafiği



Elde edilen bu veriler ışığında ETL yazılım aracı seçiminde uzmanlar sırasıyla, %29,3'lük oran ile Fonksiyonel Doğruluk, %19,7'lik oran ile İşlerlik ve % 12,4'lük oran ile Karşılıklı işlerlik kriterlerinin, diğer ürün kalite kriterlerine göre oldukça önemli olduğu görülmektedir.

4.3.Karar Alternatiflerin Değerlendirilmesi

İlk olarak tüm alternatifler her bir ana kritere ait alt kriterler için değerlendirilmiş ve alternatiflerin puanları belirlenmiştir. Sonraki aşamada da karar alternatifleri genel ürün performansı bakımından değerlendirilmiştir.

4.3.1.Fonksiyonel Uygunluk Ana Kritrine Ait Alt Kriterleri ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Bu aşamada Fonksiyonel uygunluk ana kriterinin alt kriterleri sorasıyla tüm alternatifler için değerlendirilmiştir.

4.3.1.1.Fonksiyonel Tamlık Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Fonksiyonel Tamlık alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 10'daki gibidir. Tablo 10'un son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 10: Fonksiyonel Tamlık Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 1/3 | 5 | 7 | 3 |
| ODI | 3 | 1 | 7 | 9 | 5 |
| TALEND | 1/5 | 1/7 | 1 | 3 | 1/3 |
| PENTAHO | 1/7 | 1/9 | 1/3 | 1 | 1/5 |
| IBM | 1/3 | 1/5 | 3 | 5 | 1 |
| Öz Vektör | 0,261513 | 0,512808 | 0,063371 | 0,033331 | 0,128978 |
| Tutarlılık Oranı | 0,052763 | | | | |

“Fonksiyonel Tamlık” alt kriteri açısından ODI %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %26’lık oranla SSIS, %13’lük bir oranla IBM, %7’lik oranla TALEND ve son olarak %3’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.1.2.Fonksiyonel Doğruluk Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Fonksiyonel Doğruluk alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 11’deki gibidir. Tablo 11’in son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 11: Fonksiyonel Doğruluk Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|---------|
| SSIS | 1 | 1/3 | 5 | 3 | 1/4 |
| ODI | 3 | 1 | 7 | 5 | 1/3 |
| TALEND | 1/5 | 1/7 | 1 | 1/3 | 1/9 |
| PENTAHO | 1/3 | 1/5 | 3 | 1 | 1/7 |
| IBM | 4 | 3 | 9 | 7 | 1 |
| Öz Vektör | 0,136196 | 0,268045 | 0,033692 | 0,064236 | 0,49783 |
| Tutarlılık Oranı | 0,049308 | | | | |

“Fonksiyonel Doğruluk” alt kriteri açısından IBM %50’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %27’lik oranla ODI, %14’lük bir oranla SSIS, %6’lık oranla PENTAHO ve son olarak %3’lük bir oranla TALEND gelmektedir.

4.3.1.3.Fonksiyonel Yerindelik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Fonksiyonel Yerindelik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 12’deki gibidir. Tablo 12’nin son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 12: Fonksiyonel Yerindelik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 1/3 | 3 | 5 | 1/5 |
| ODI | 3 | 1 | 5 | 7 | 1/3 |
| TALEND | 1/3 | 1/5 | 1 | 2 | 1/7 |
| PENTAHO | 1/5 | 1/7 | 1/2 | 1 | 1/9 |
| IBM | 5 | 3 | 7 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,129346 | 0,262145 | 0,057474 | 0,035679 | 0,515356 |
| Tutarlılık Oranı | 0,041051 | | | | |

“Fonksiyonel Yerindelik” alt kriteri açısından IBM %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %26’lık oranla ODI, %13’lük bir oranla SSIS, %6’lık oranla TALEND ve son olarak %4’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.2.Kullanılabilirlik Ana Kriterine Ait Alt Kriterleri ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Bu aşamada Kullanılabilirlik ana kriterinin alt kriterleri sorasıyla tüm alternatifler için değerlendirilmiştir.

4.3.2.1.Öğrenilebilirlik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Öğrenilebilirlik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 13’deki gibidir. Tablo 13’ün son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 13: Öğrenilebilirlik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------|------|-----|--------|---------|-----|
| SSIS | 1 | 9 | 3 | 7 | 1 |
| ODI | 1/9 | 1 | 1/5 | 1/3 | 1/9 |

| | | | | | |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| TALEND | 1/3 | 5 | 1 | 3 | 1/3 |
| PENTAHO | 1/7 | 3 | 1/3 | 1 | 1/7 |
| IBM | 1 | 9 | 3 | 7 | 1 |
| Öz Vektör | 0,378764 | 0,032795 | 0,147285 | 0,062391 | 0,378764 |
| Tutarlılık Oranı | 0,021965 | | | | |

“Öğrenilebilirlik” alt kriteri açısından IBM ve SSIS %38’lik bir oranla aynı sıradadır. Ardından sırasıyla %15’lik oranla TALEND , %6’lık bir oranla PENTAHO ve son olarak %3’lük bir oranla ODI gelmektedir.

4.3.2.2.Kullanıcı Arayüz Estetiği Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Kullanıcı Arayüz Estetiği alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 14’teki gibidir. Tablo 14’ün son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 14: Kullanıcı Arayüz Estetiği Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|-------------|------------|---------------|----------------|------------|
| SSIS | 1 | 9 | 1 | 5 | 7 |
| ODI | 1/9 | 1 | 1/9 | 1/5 | 1/3 |
| TALEND | 1 | 9 | 1 | 5 | 7 |
| PENTAHO | 1/5 | 5 | 1/5 | 1 | 3 |
| IBM | 1/7 | 3 | 1/7 | 1/3 | 1 |
| Öz Vektör | 0,396951 | 0,031152 | 0,396951 | 0,11651 | 0,058435 |
| Tutarlılık Oranı | 0,045436 | | | | |

“Kullanıcı Arayüz Estetiği” alt kriteri açısından TALEND ve SSIS %40’lık bir oranla aynı sıradadır. Ardından sırasıyla %11’lik oranla PENTAHO , %8’lik bir oranla IBM ve son olarak %3’lük bir oranla ODI gelmektedir.

4.3.2.3.İşlerlik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, İşlerlik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 15’deki gibidir. Tablo 15’in son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 15: İşlerlik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|-------------|------------|---------------|----------------|------------|
| SSIS | 1 | 3 | 7 | 4 | 1/2 |
| ODI | 1/3 | 1 | 5 | 3 | 1/5 |
| TALEND | 1/7 | 1/5 | 1 | 1/3 | 1/9 |
| PENTAHO | 1/4 | 1/3 | 3 | 1 | 1/7 |
| IBM | 2 | 5 | 9 | 7 | 1 |
| Öz Vektör | 0,278039 | 0,135537 | 0,034295 | 0,068571 | 0,483558 |
| Tutarlılık Oranı | 0,040416 | | | | |

“İşlerlik” alt kriteri açısından IBM %48’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %28’lik oranla SSIS, %14’lük bir oranla ODI, %7’lik oranla PENTAHO ve son olarak %3’lük bir oranla TALEND gelmektedir.

4.3.3.Uyumluluk Ana Kriterine Ait Alt Kriterleri ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Bu aşamada Uyumluluk ana kriterinin alt kriterleri sorasıyla tüm alternatifler için değerlendirilmiştir.

4.3.3.1.Bir Arada Bulunma Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Bir Arada Bulunma alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 16’daki gibidir. Tablo 16’nın son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 16: Bir Arada Bulunma Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 3 | 1/3 | 5 | 1/5 |
| ODI | 1/3 | 1 | 1/5 | 3 | 1/7 |
| TALEND | 3 | 5 | 1 | 7 | 1/3 |
| PENTAHO | 1/5 | 1/3 | 1/7 | 1 | 1/9 |
| IBM | 5 | 7 | 3 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,128978 | 0,063371 | 0,261513 | 0,033331 | 0,512808 |
| Tutarlılık Oranı | 0,052763 | | | | |

“Bir Arada Bulunma” alt kriteri açısından IBM %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %26’lık oranla TALEND, %13’lük bir oranla SSIS, %7’lik oranla ODI ve son olarak %3’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.3.2. Karşılıklı İşlerlik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Karşılıklı İşlerlik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 17’deki gibidir. Tablo 17’nin son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 17: Karşılıklı İşlerlik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 1 | 1/3 | 1/5 | 1/9 |
| ODI | 1 | 1 | 1/3 | 1/5 | 1/9 |
| TALEND | 3 | 3 | 1 | 1/3 | 1/7 |
| PENTAHO | 5 | 5 | 3 | 1 | 1/3 |
| IBM | 9 | 9 | 7 | 3 | 1 |
| Öz Vektör | 0,046842 | 0,046842 | 0,107204 | 0,237782 | 0,561329 |
| Tutarlılık Oranı | 0,024364 | | | | |

“Karşılıklı İşlerlik” alt kriteri açısından IBM %56’lık bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %24’lük oranla PENTAHO, %11’lük bir oranla TALEND, %5’lik oranla ODI ve son olarak %4’lük bir oranla SSIS gelmektedir.

4.3.4. Performans Etkinliği Ana Kriterine Ait Alt Kriterleri ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Bu aşamada Performans Etkinliği ana kriterinin alt kriterleri sorasıyla tüm alternatifler için değerlendirilmiştir.

4.3.4.1. Zaman Davranışı Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Zaman Davranışı alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 18’deki gibidir. Tablo 18’in son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 18: Zaman Davranışı Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|---------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 5 | 3 | 9 | 1/3 |
| ODI | 1/5 | 1 | 1/3 | 3 | 1/7 |
| TALEND | 1/3 | 3 | 1 | 5 | 1/5 |
| PENTAHO | 1/9 | 1/3 | 1/5 | 1 | 1/9 |
| IBM | 3 | 7 | 5 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,269894 | 0,062151 | 0,12645 | 0,031349 | 0,510156 |
| Tutarlılık Oranı | 0,051655 | | | | |

“Zaman Davranışı” alt kriteri açısından IBM %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %27’lik oranla SSIS, %13’lük bir oranla TALEND, %6’lık oranla ODI ve son olarak %3’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.4.2.Kaynak Kullanımı Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Kaynak Kullanımı alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 19’daki gibidir. Tablo 19’un son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 19: Kaynak Kullanımı Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 3 | 1/3 | 5 | 1/5 |
| ODI | 1/3 | 1 | 1/5 | 3 | 1/7 |
| TALEND | 3 | 5 | 1 | 7 | 1/3 |
| PENTAHO | 1/5 | 1/3 | 1/7 | 1 | 1/9 |
| IBM | 5 | 7 | 3 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,128978 | 0,063371 | 0,261513 | 0,033331 | 0,512808 |
| Tutarlılık Oranı | 0,052763 | | | | |

“Kaynak Kullanımı” alt kriteri açısından IBM %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %26’lık oranla TALEND, %13’lük bir oranla SSIS, %7’lik oranla ODI ve son olarak %3’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.4.3.Kapasite Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Kapasite alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 20’deki gibidir. Tablo 20’nin son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 20: Kapasite Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 1/3 | 5 | 5 | 1/4 |
| ODI | 3 | 1 | 7 | 7 | 1/3 |
| TALEND | 1/5 | 1/7 | 1 | 1 | 1/9 |
| PENTAHO | 1/5 | 1/7 | 1 | 1 | 1/9 |
| IBM | 4 | 3 | 9 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,144975 | 0,274322 | 0,038951 | 0,038951 | 0,502801 |
| Tutarlılık Oranı | 0,041013 | | | | |

“Kapasite” alt kriteri açısından IBM %50’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %27’lik oranla ODI, %15’lük bir oranla SSIS, %4’lük oranlarla PENTAHO ve TALEND gelmektedir.

4.3.5.Güvenlik Ana Kriterine Ait Alt Kriterleri ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Bu aşamada Güvenlik ana kriterinin alt kriterleri sorasıyla tüm alternatifler için değerlendirilmiştir.

4.3.5.1.Gizlilik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Gizlilik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 21’deki gibidir. Tablo 21’in son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 21: Gizlilik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|------|------|-----|--------|---------|-----|
| SSIS | 1 | 1/3 | 3 | 5 | 1/5 |
| ODI | 3 | 1 | 5 | 7 | 1/3 |

| | | | | | |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| TALEND | 1/3 | 1/5 | 1 | 2 | 1/8 |
| PENTAHO | 1/5 | 1/7 | 1/2 | 1 | 1/9 |
| IBM | 5 | 3 | 8 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,127937 | 0,259319 | 0,055268 | 0,035507 | 0,521967 |
| Tutarlılık Oranı | 0,038963 | | | | |

“Gizlilik” alt kriteri açısından IBM %52’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %26’lık oranla ODI, %13’lük bir oranla SSIS, %5’lik oranla TALEND ve son olarak %4’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.5.2. Bütünlük Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Bütünlük alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 22’deki gibidir. Tablo 22’nin son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 22: Bütünlük Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 1/2 | 3 | 5 | 1/4 |
| ODI | 2 | 1 | 4 | 6 | 1/3 |
| TALEND | 1/3 | 1/4 | 1 | 3 | 1/7 |
| PENTAHO | 1/5 | 1/6 | 1/3 | 1 | 1/9 |
| IBM | 4 | 3 | 7 | 9 | 1 |
| Öz Vektör | 0,152101 | 0,232892 | 0,069623 | 0,035869 | 0,509516 |
| Tutarlılık Oranı | 0,034549 | | | | |

“Bütünlük” alt kriteri açısından IBM %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %23’lük oranla ODI, %15’lik bir oranla SSIS, %7’lik oranla TALEND ve son olarak %4’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.5.3. İzlenebilirlik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, İzlenebilirlik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 23’deki gibidir. Tablo 23’ün son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 23: İzlenebilirlik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 1/7 | 1/3 | 3 | 1/5 |
| ODI | 7 | 1 | 5 | 9 | 3 |
| TALEND | 3 | 1/5 | 1 | 5 | 1/3 |
| PENTAHO | 1/3 | 1/9 | 1/5 | 1 | 1/8 |
| IBM | 5 | 1/3 | 3 | 8 | 1 |
| Öz Vektör | 0,06273 | 0,511524 | 0,127664 | 0,032246 | 0,265835 |
| Tutarlılık Oranı | 0,051722 | | | | |

“İzlenebilirlik” alt kriteri açısından ODI %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %27’lük oranla IBM, %13’lük bir oranla TALEND, %6’lık oranla SSIS ve son olarak %3’lük bir oranla PENTAHO gelmektedir.

4.3.6. Taşınabilirlik Ana Kriterine Ait Alt Kriterleri ve Alternatiflerin Değerlendirilmesi

Bu aşamada Taşınabilirlik ana kriterinin alt kriterleri sorasıyla tüm alternatifler için değerlendirilmiştir.

4.3.6.1. Adapte Edilebilirlik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Adapte Edilebilirlik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 24’teki gibidir. Tablo 24’ün son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 24: Adapte Edilebilirlik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|----------|----------|----------|---------|----------|
| SSIS | 1 | 8 | 3 | 5 | 1/3 |
| ODI | 1/8 | 1 | 1/5 | 1/3 | 1/9 |
| TALEND | 1/3 | 5 | 1 | 3 | 1/5 |
| PENTAHO | 1/5 | 3 | 1/3 | 1 | 1/7 |
| IBM | 3 | 9 | 5 | 7 | 1 |
| Öz Vektör | 0,265835 | 0,032246 | 0,127664 | 0,06273 | 0,511524 |
| Tutarlılık Oranı | 0,051722 | | | | |

“Adapte Edilebilirlik” alt kriteri açısından ODI %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %27’lük oranla SSIS, %13’lük bir oranla TALEND, %6’lık oranla PENTAHO ve son olarak %3’lük bir oranla ODI gelmektedir.

4.3.6.2.Kurulum Kolaylığı Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Kurulum Kolaylığı alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 25’teki gibidir. Tablo 25’in son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 25: Kurulum Kolaylığı Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 9 | 3 | 7 | 5 |
| ODI | 1/9 | 1 | 1/7 | 1/3 | 1/5 |
| TALEND | 1/3 | 7 | 1 | 5 | 3 |
| PENTAHO | 1/7 | 3 | 1/5 | 1 | 1/3 |
| IBM | 1/5 | 5 | 1/3 | 3 | 1 |
| Öz Vektör | 0,512808 | 0,033331 | 0,261513 | 0,063371 | 0,128978 |
| Tutarlılık Oranı | 0,052763 | | | | |

“Kurulum Kolaylığı” alt kriteri açısından SSIS %51’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %26’lık oranla TALEND, %13’lük bir oranla IBM, %7’lik oranla PENTAHO ve son olarak %3’lük bir oranla ODI gelmektedir.

4.3.6.3.Yer Değiştirebilirlik Alt Kriteri Açısından Alternatifler

ETL yazılım araçları, Yer Değiştirebilirlik alt kriteri açısından aralarında ikili karşılaştırmaya sokulmuştur. Oluşan ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 26’daki gibidir. Tablo 26’nın son satırında her bir alternatif için hesaplanan öz vektör değerleri gösterilmiştir.

Tablo 26: Yer Değiştirebilirlik Açısından ETL Yazılım Araçlarının Karşılaştırma Matrisi

| | SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| SSIS | 1 | 4 | 2 | 4 | 1/4 |
| ODI | 1/4 | 1 | 1/2 | 2 | 1/6 |
| TALEND | 1/2 | 2 | 1 | 3 | 1/5 |
| PENTAHO | 1/4 | 1/2 | 1/3 | 1 | 1/7 |
| IBM | 4 | 6 | 5 | 7 | 1 |
| Öz Vektör | 0,211053 | 0,073456 | 0,123151 | 0,050101 | 0,542239 |
| Tutarlılık Oranı | 0,033704 | | | | |

“Yer Değiştirebilirlik” alt kriteri açısından IBM %54’lik bir oranla 1. sıradadır. Ardından sırasıyla %21’lik oranla SSIS, %12’lik bir oranla TALEND, %5’lik oranla PENTAHO ve son olarak %8’lük bir oranla ODI gelmektedir.

4.3.6.4. Genel ETL Performansını Etkileyen Faktörler Açısından

Elde edilen tüm verilerin AHP yöntemi kullanılarak hesaplanması sonucunda Tablo 27’de gösterilen sonuca ulaşılmıştır.

Tablo 27 : ETL Yazılım Araçları Seçimi

| SSIS | ODI | TALEND | PENTAHO | IBM | CR max |
|----------|----------|---------|----------|----------|----------|
| 0,182678 | 0,180838 | 0,07548 | 0,080237 | 0,480767 | 0,052763 |

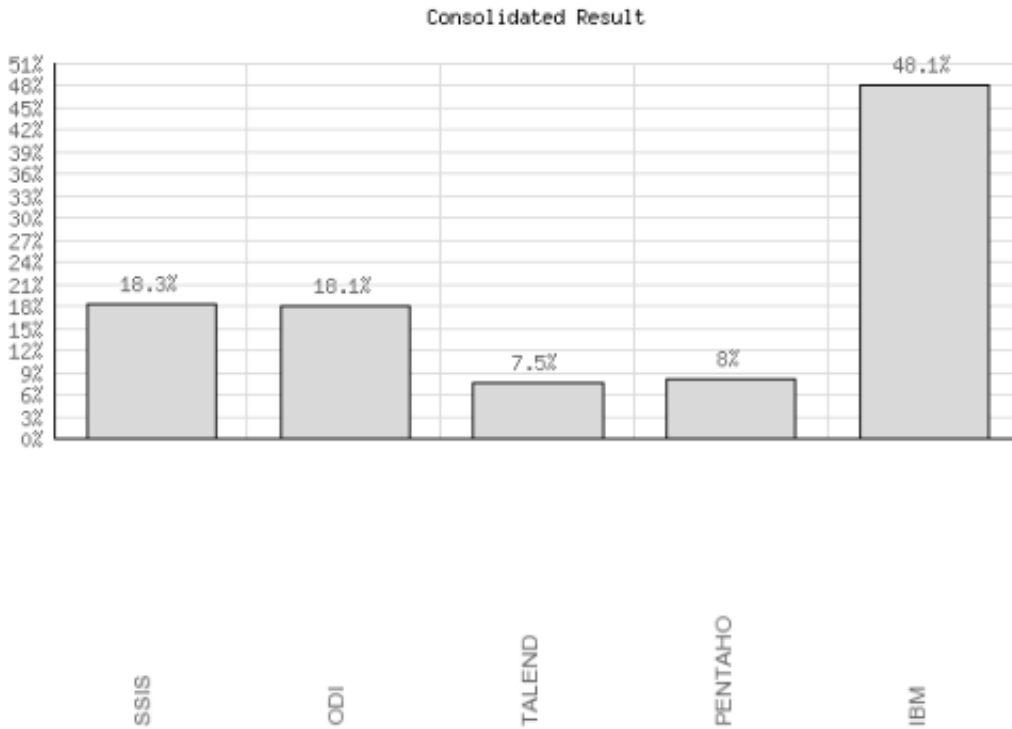
Bu işlemlerin ardından BPMSG online sistemi üzerinde elde edilen tablo verileri Şekil 6 ve Şekil 7’deki gibidir. Grafik 2’de grafik halinde oluşturulmuştur.

Şekil 6: Tüm Alternatiflerin Önem Dereceleri

| Decision Hierarchy | | | | | | | | | |
|--------------------|-------------------------------|---------------------------------|-----------|-------|-------|--------|----------|-------|-------|
| Level 0 | Level 1 | Level 2 | Glb Prio. | SSIS | ODI | TALEND | PENTAH O | IBM | |
| Select ETL Tool | Fonksiyonel Uygunluk 0.437 | Fonksiyonel Tamlik 0.063 | 2.7% | 0.262 | 0.513 | 0.063 | 0.033 | 0.129 | |
| | | Fonksiyonel Doğruluk 0.672 | 29.3% | 0.136 | 0.268 | 0.034 | 0.064 | 0.498 | |
| | | Fonksiyonel Yerindelik 0.265 | 11.6% | 0.129 | 0.262 | 0.057 | 0.036 | 0.515 | |
| | Kullanılabilirlik 0.262 | Öğrenilebilirlik 0.178 | 4.7% | 0.379 | 0.033 | 0.147 | 0.062 | 0.379 | |
| | | Kullanıcı Arayüz Estetiği 0.070 | 1.8% | 0.397 | 0.031 | 0.397 | 0.117 | 0.058 | |
| | | İşlerlik 0.751 | 19.7% | 0.278 | 0.136 | 0.034 | 0.069 | 0.484 | |
| | Uyumluluk 0.149 | Bir Arada Bulunma 0.167 | 2.5% | 0.129 | 0.063 | 0.262 | 0.033 | 0.513 | |
| | | Karşılıklı İşlerlik 0.833 | 12.4% | 0.047 | 0.047 | 0.107 | 0.238 | 0.561 | |
| | Performans Etkinliği 0.045 | Zaman Davranışı 0.070 | 0.3% | 0.270 | 0.062 | 0.126 | 0.031 | 0.510 | |
| | | Kaynak Kullanımı 0.178 | 0.8% | 0.129 | 0.063 | 0.262 | 0.033 | 0.513 | |
| | | Kapasite 0.751 | 3.4% | 0.145 | 0.274 | 0.039 | 0.039 | 0.503 | |
| | Güvenlik 0.029 | Gizlilik 0.785 | 2.2% | 0.128 | 0.259 | 0.055 | 0.036 | 0.522 | |
| | | Bütünlük 0.066 | 0.2% | 0.152 | 0.233 | 0.070 | 0.036 | 0.510 | |
| | | İzlenebilirlik 0.149 | 0.4% | 0.063 | 0.512 | 0.128 | 0.032 | 0.266 | |
| | Taşınabilirlik 0.079 | Adapte Edilebilirlik 0.751 | 5.9% | 0.266 | 0.032 | 0.128 | 0.063 | 0.512 | |
| | | Kurulum Kolaylığı 0.070 | 0.6% | 0.513 | 0.033 | 0.262 | 0.063 | 0.129 | |
| | | Yer Değiştirilebilirlik 0.178 | 1.4% | 0.211 | 0.073 | 0.123 | 0.050 | 0.542 | |
| | | | | 1.0 | 18.3% | 18.1% | 7.5% | 8.0% | 48.1% |

Şekil 7: Alternatiflerin Yüzdeler Olarak Önem Dereceleri

| Participants | SSIS | ODI | TALEND | PENTAH O | IBM | CR _{max} |
|--------------|-------|-------|--------|----------|-------|-------------------|
| Group result | 18.3% | 18.1% | 7.5% | 8.0% | 48.1% | 5.3% |

Grafik 2: Alternatiflere Ait Önem Dereceleri Grafiği

Çalışmada elde edilen bu verilerin değerlendirilmesi sonucunda;

1. Sırada %48,1'lik bir oran ile IBM ETL yazılım aracı,
2. Sırada %18,3'lük bir oran ile SSIS ETL yazılım aracı,
3. Sırada % 18,1'lik oran ile ODI ETL yazılım aracı,
4. Sırada TALEND ETL yazılım aracı ve
5. Sırada PENTAHO ETL yazılım aracı yer almaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında, işletmelerin teknolojinin gelişmesiyle birlikte gereksinimlerine paralel olarak güncelliği ETL süreci ile sağlanan bir veri ambarı modeline duyulan ihtiyacın artması konu edinmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde ETL aracı seçim süreci ele alınmış ve bu seçimde karar vericilerin ihtiyaçlarına göre doğru seçim yapabilmek için çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan AHP yöntemi kullanılmıştır. Literatürde AHP yöntemi ile ETL aracı seçim sürecinin değerlendirilmesi üzerine çok sayıda çalışma bulunmamaktadır.

Bu çalışma ile ISO 25010 kalite modeli baz alınarak bir model geliştirilmiş ve ETL araçlarının performanslarını etkileyen faktörlerin sıralanması ve tutarlı bir yazılım seçimi için 5 adet yazılım aracı seçilmiştir.

Bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir teknoloji firmasında ETL aracı seçimi süreci incelenmiştir. Firmada bulunan 4 ETL uzmanından elde edilen anket verileri, oluşturulan AHP modeli ile çözümlenerek alternatifler ve kriterler için sıralama verilmiştir.

ETL performansını artırabilmek için yazılım aracı seçiminde uzmanlar için önem sırasının bilinmesi, firmalar için önemli bir çalışma alanı yaratacaktır. Bu amaçla hazırlanan çalışmada ETL performansının değerlendirilmesinde kullanılan ana kriterler içinde "Fonksiyonel Uygunluk" %44 oranla en önemli kriter olmuştur.

Ana kriterler ağırlıklar ile alt kriterlerin kendi ağırlıklarının çarpımı sonucu oluşturulan matraste "Fonksiyonel Doğruluk" alt kriteri %29,3'lük oranla en önemli kriter olmuştur. Bununla birlikte çalışma sonucunda firma çalışanları için en uygun yazılımın %48,1'lik bir ağırlık ile IBM ETL aracı ilk sırada yer almıştır. İşletme için AHP tekniği ile yapılan bu değerlendirmenin tutarlılık oranı incelenerek elde edilen sonuçların güvenilirliğinin sağlandığı görülmüştür.

Uygulamada ele alınan işletmenin zaman içindeki değişimi dikkate alınarak, ETL aracı seçimi için süreç tekrarlanabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, diğer çok kriterli karar verme yöntemleri uygulanarak sonuçlar karşılaştırılıp çalışma zenginleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Orhan, (2009) "Personel Seçiminin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemiyle Gerçekleştirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 24, s. 243-252.
- Adıgüzel, Orhan, ve diğ., (2009) "Konaklama İşletmelerine Olan Müşteri Tercihinin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi ile Belirlenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyon Dergisi 1, s.17-35.
- Aktan, Ertuğrul, (2018) "Büyük Veri Uygulama Alanları, Analitiği ve Güvenlik Boyutu", Bilgi Yönetimi Dergisi 1, s.1-22.
- Bahmani, Nick. ve H. Blumberg, (1987) "Consumer Preference And Reactive Adaptation To A Corporate Solution Of The Over-The-Counter Medication Dilemma- An Analytic Hierarchy Process Analysis", Math Modelling 9, s.293-298.
- Başlıgil, Hüseyin (2005) "The Fuzzy Analytic Hierarchy Process For Software Selection Problems", Sigma Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi 3, s.24-33.
- Behkamal, Behshid ve diğ., (2009) "Customizing ISO 9126 quality model for evaluation of B2B applications", Information and Software Technology 3, s.599-609.
- Dülge, Senem (2009) "Bilgi Yönetimi Çözümleri Ve İş Zekası Projelerinde Veri Kalitesi Yönetimi Uygulamaları", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- El-Sappagh, Shaker H. Ali ve diğ., (2011) "A proposed model for data warehouse ETL processes", Journal of King Saud University 23, s.91-104.
- Ferreira, Nickerson ve diğ., (2013) "Near Real-Time With Traditional Data Warehouse Architectures: Factors And How-To", International Database Engineering & Applications Symposium Ekim 9-13 2013, Barcelona, Spain, s.68-75.
- Girginler, Nuray ve Zeliha Kaygısız (2009) "İstatistiksel Yazılım Seçiminde Analitik Hiyerarşi Süreci ve 0-1 Hedef Programlama Yöntemlerinin Birlikte Kullanımı", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 1, s.1-25.
- Hanine, Mohamed ve diğ., (2016) "Application of an integrated multi criteria decision making AHP TOPSIS methodology for ETL software selection", SpringerPlus 5, s.1-17.
- Inmon, William H.,(2002) Building the Data Warehouse, 3rd Edition, Wiley Computer Publishing, United States of America. Aracı Gerçekleştirimi", Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Kakish, Kamal ve Theresa A. Kraft (2012); "ETL evolution for real-time data warehousing," Proceedings of the Conference on Information Systems Applied Research Kasım 2012, New Orleans Louisiana, USA, s.1-12.
- Keçek, Gülnur ve Esra Yıldırım (2010) "Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) Sisteminin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) İle Seçimi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 1, s.193-211.
- Küçükönder, Hande ve diğ., (2013) "Use in Animal Husbandry of Analytical Hierarchy Process from MultiCriteria Decision Approach", Journal of the Institute of Science and Technology 3, s.91-98.
- Lee, Younghwa ve Kenneth A. Kozar (2006) "Investigating the effect of website quality on e-business success:An analytic hierarchy process (AHP) approach", Decision Support Systems 46, s.1383-1401.
- Mebrate, Tsigereda W. (2010) "A framework for evaluating Academic Website quality From students' perspective", Yüksek Lisans Tezi, Delft University of Technology Master of Computer Science, The Netherlands.
- Özden, Ünal H. (2008) "Analitik Hiyerarşi Yöntemi İle İlkokul Seçimi", Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi 1, s.299-320.
- Pall, Aman Partap Singh ve Jaiteg Singh Khaira (2018) "A comparative Review of Extraction, Transformation and Loading Tools" Database Systems Journal 2, s.42-51.
- Pekkaya, Mehmet ve Nurdan Çolak (2013) "Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Derecelerinin AHP İle Belirlenmesi", International Journal Of Social Science 2, s. 797-818.
- Saaty, Thomas L. (1994) "How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process", Institute for Operations Research and Management Sciences 6, s.19-43.
- Saaty, Thomas L. (2000) Fundamentals of Decision Making and Priority Theory with AHP", RWS Publications, Pittsburgh.
- Şeker, Sadi Evren (2015) "Veri Ambarı (Data Warehouse)", YBS Ansiklopedisi 4, s.6-13.
- Şentürk, Zafer (2011) "Havayolları Hizmet Kalitesinin Ahs Metoduyla Değerlendirilmesi", Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Tuna, Tuba (2009) "Yönetim Bilgi Sistemleri İçin Yazılım Arayüzü Geliştirilmesi", Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Üke, Keziban (2016) "Ahp Yöntemi İle Çorum Şehrinde Avm Kuruluş Yeri Seçimi", Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.
- Ünal, Abdullah (2018) "Veri Ambarı Oluşturmada Etl Ve Elt Yaklaşımlarının Kullanımı Ve Karşılaştırılması", Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Vatansever Kemal ve Metin Uluköy (2013) "Kurumsal Kaynak Planlaması Sistemlerinin Bulanık AHP ve Bulanık MOORA Yöntemleriyle Seçimi: Üretim Sektöründe Bir Uygulama", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2, s.274-293.

- Yağlı, Burcu Şimşek (2018) "Iso 25010 Kalite Modeli erevesinde Teknoloji Mağazalarının İnternet Sitelerinin ok Kriterli Analizi:Türkiye Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Yalçın, Neşe, Burcu Şimşek (2017) "Applying ISO 9126 quality model to evaluate the website quality of turkish mobile telecommunication companies", 6th AGP International Humanities and Social Sciences Conference, Barcelona, s.169-178.
- Yavuz, V. Alpagut (2016) "Coğrafi Pazar Seçiminde Promethee Ve Entropi Yöntemlerine Dayalı ok Kriterli Bir Analiz: Mobilya Sektöründe Bir Uygulama", Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 2, s.163-177.

Video Ders Uygulaması Sınıf Ortamında Dönüt-Düzeltmeye Zaman Ayırmak İçin Etkili Bir Yol Olabilir mi?

Can Video-Based Course Be An Effective Way to Spare Time for Feedback-Correction in the Classroom?

Muhittin ÇALIŞKAN¹
Hüseyin SERÇE**
Mevlüt AYDOĞMUŞ***

ÖZ

Bu eylem araştırmasında “Derslerimizde öğrenciden öğretmene, öğretmenden öğrenciye bilgi akışını sağlayabilmek ve gerekli ise düzeltme yapabilmek için nasıl zaman ayırabiliriz?” sorusuna cevap arandı. Dönüt ve düzeltmeye zaman ayırmak için video ders uygulaması gerçekleştirildi. Bu uygulamada neler olduğu rapor edilmeye çalışıldı. Araştırma özel öğretim yöntemleri dersinde bu dersi alan öğrencilerle birlikte gerçekleştirildi. Uygulama sekiz hafta sürdü. Sınıfta üç alandan (muhasabe ve finansman, adalet, kuyumculuk teknolojisi) öğrenciler vardı. Her grup kendi alanından bir dersin konusunu seçip video hazırladı. Her bir grubun videosunu dersten önce diğer iki grup izledi. Derste, video hazırlayan grup, video izleyen gruplara konu ile ilgili sorular sordu, cevaplara göre dönüt verdi, gerektiğinde düzeltmeler yaptı. Sürecin etkililiği hakkında öğrencilerin görüşleri yazılı olarak alındı. Ayrıca dersin sorumlu öğretim elemanı araştırma günlüğü tuttu. Veriler tümevarım analizi ile analiz edildi. Araştırma sonunda, ön öğrenmelerin tam olması şartıyla, hazır ve kısa videoların yaşantı zenginliği sağlaması açısından dönem içerisinde bir ya da iki kez kullanılabileceği sonucuna ulaşıldı.

ANAHTAR KELİMELER

Eylem Araştırması, Öğretmen Araştırması, Dönüt, Düzeltme, Video Ders Uygulaması

ABSTRACT

In this action research, an answer to the question of “How can we spare more time to ensure the flow of information from student to teacher and teacher to student, and to make corrections if necessary? Accordingly, a video-based course was implemented to dedicate more time for feedback and correction in the classroom. Therefore, it was reported here what happened in this implementation. The study was conducted with university students taking the course “special teaching methods”. The implementation lasted eight weeks. The students were from three different fields (accounting and finance, jurisprudence, and jewellery technology). Each group chose a topic of a lesson in their field and prepared a video. The other two groups watched the video of each group before coming to class. During the lesson, the group who made the video asked questions to the other groups who had already watched it, gave feedback according to the answers, and made corrections when necessary. The opinions of the students about the effectiveness of the process were collected in a written way. In addition, the lecturer responsible for the course kept a research diary. The data was analyzed through an inductive approach. At the end of the research, it was concluded that if the prior knowledge of the students is complete, short and readily available videos can be used once or twice in the course period in order to provide richness of experience.

KEYWORDS

Action Research, Teacher Research, Feedback, Correction, Video-based Course

| Makale Geliş Tarihi / Submission Date 11.10.2019 | Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance 07.11.2019 |
|---|--|
| Atıf | Çalışkan, M., Serçe H. ve Aydoğmuş, M. (2019). Video Ders Uygulaması Sınıf Ortamında Dönüt-Düzeltmeye Zaman Ayırmak İçin Etkili Bir Yol Olabilir mi?. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (2), 991-998. |

¹ Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, mcaliskan@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2341-0710

** Dr. Öğr. Üyesi., Selçuk Üniversitesi, hserce@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7132-2910

*** Dr. Öğr. Üyesi., Necmettin Erbakan Üniversitesi, maydogmus@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1286-2970

GİRİŞ

Bir öğretim sonunda amaca ulaşılması yani öğrenmenin gerçekleşmesi birçok değişkene bağlıdır. Bu değişkenlerden bazıları öğrenenle ilgili, bazıları da ona sunulan hizmetin niteliği ile ilgilidir. Bloom (1998), bu değişkenlerden öğrenme düzeyi üzerinde diğerlerine göre daha önemli bir etkiye sahip olan ve müdahale edilebilen değişkenleri belirlemiştir. Bunlar; öğrenci nitelikleri (bilişsel giriş davranışları ve duyuşsal giriş özellikleri) ile öğretim hizmetinin niteliğidir. Öğrenci nitelikleri olumlu hale getirildiğinde ve buna ek olarak öğretim hizmetinin niteliği iyileştirildiğinde öğrenme düzeyi yükselmektedir.

Öğretim hizmetinin niteliğini belirleyen değişkenler ipucu, katılma, pekiştirme ve dönüt-düzeltilmedir (Bloom, 1998). Bir eğitim durumunda dönütün yönlendirici, güdüleyici ve pekiştirici olmak üzere üç temel işgörsü olduğu yani dönüt verilirken ipucu, düzeltme ve pekiştiricilerin bir arada işe koşulabileceği (Sönmez, 2012, s. 153) düşünüldüğünde dönütün öğretim hizmetinin niteliğini belirleyen değişkenler içinde öne çıktığı söylenebilir. Dönüt, denemelik davranışın (Denemelik davranış demek daha uygun olabilir.) doğruluğu, yanlışlığı, yanlış ise eksiklik ve aksaklıkların neler olduğu, eksiklik ve aksaklıkların nasıl giderilebileceği konularında sağlanan iletiler bütünüdür. Düzeltme ise dönüt işlemleri ile belirlenen eksiklik ve yetersizliklerin giderilmesi amacıyla yapılan işlemlerin tümüdür (Bloom, 1998). Dönüt ve düzeltme, grupla öğrenmede öğretim hizmeti niteliğini ve öğrenme düzeyini belirleyen en önemli öğedir (Senemoğlu, 2013, s. 455). Sınıfta her öğrenciye ihtiyacını karşılayacak derecede iyi bir öğretim niteliği sağlanmış olmasını güvence altına almak için dönüt ve düzeltme işlemlerinden yararlanılması gerekir (Bloom, 1984; Demirel, 1994). Grupla öğrenme durumlarında, öğreticinin, işaret ve açıklamalar, pekiştirme, katılma önlemlerinin bazı öğrencilerin bunlarla ilgili ihtiyaçlarını tam karşılayamaması yüzünden meydana gelmiş olabilecek öğrenme eksikliklerinden ve güçlüklerden anında haberdar olmasını ve bu aksaklıkları zamanında gidermesini sağlayacak önlemlere gerek duyulmaktadır. Dönüt ve düzeltme işte bu tür önlemleri sağlar (Özçelik, 1998, s.123).

Meta-analiz çalışmalarının bulguları “etkili dönütün nitelikli öğretimin önemli bir ögesi olduğu” düşüncesini doğrulamıştır (Rowe ve Wood, 2011). Alanyazında, öğrencilerin dönüt beklentisi içinde olduğu, daha çok dönüt beklentisi içinde olan öğrencilerin genellikle diğerlerinden daha başarılı olduğu ve başarılı olarak tanınan öğrencilerin dönüt beklentisi konusunda diğerlerinden farklılık gösterdiği (Alavi ve Kaivanpanah, 2007) belirtilmektedir. Diğer taraftan olumlu dönüt ve düzeltme davranışlarının çok az öğretmen tarafından yerine getirildiği (Oral, 2000), dönüt-düzeltilme etkinliklerinin ara sıra gerçekleştirildiği (Şahin, 2014) vurgulanmaktadır. Yeterli dönüt sağlanamamasının nedenleri olarak da sınıfların kalabalık olması (Karatay, 2011; Oral, 2000) ve görsel-işitsel araçların yeterli olmaması gösterilmektedir (Oral, 2000).

Etkili bir öğretim için anında dönüt verilmelidir. Araştırmalar anında verilen dönütün geciktirilmiş dönütten (Erbaş ve Yücesoy, 2002; Van der Kleij, Eggen, Timmers ve Veldkamp, 2012) daha etkili olduğunu göstermektedir. Genel olarak kullanılan not, alıştırmaya kitapları, kısa sınavlar, ev ödevleri gibi dönüt verme yöntemleri görev tamamlandıktan sonra verilen dönütlerdir. Bu tür dönütler sadece sonuç bilgisi verir, sürece değil ürüne odaklıdır. Dönüt, görev tamamlandıktan sonra verildiğinde, iş işten geçmiş olmaktadır. Bu nedenle görev tamamlandıktan sonra verilen dönütler dışında anında ve öğrenme sürecine rehberlik edebilecek dönüt verme yolları aranmalıdır. İşte problem de tam burada karşımıza çıkmaktadır. Dönüt verebilmek için önce öğrencinin öğrendiklerini göstermesi gerekmektedir. Dönüt, öğrenciden öğretmene, öğretmenden öğrenciye bilgi akışıdır (Özçelik, 1998, s. 194). Sınıftaki her bir öğrencinin öğrendiklerini göstermesi mümkün olmadığına göre sınıf ortamında her bir öğrenciye dönüt vermek oldukça güçtür. Bunun için zaman kalmamaktadır.

Bizler eğitim fakültesinde görev yapan öğretim elemanlarıyız. Dönüt ve düzeltme yapmadan etkili bir öğretimin-öğrenmenin gerçekleşmeyeceğinin farkındayız, bunu biliyoruz. Ama derslerimizde öğrencilere yeterince dönüt veremiyoruz ve düzeltme yapamıyoruz. Dönüt ve düzeltme yaptığımızda bu sadece birkaç öğrenci ve sadece dönütle sınırlı kalıyor. Çünkü dersimizin 5-10 dakikasını bu işlemler için ancak ayırabiliyoruz. Birkaç öğrenciye dönüt verebilesek bile düzeltme için zaman kalmıyor. Bu nedenle, bu eylem araştırmasında bizler, “Derslerimizde öğrenciden öğretmene, öğretmenden öğrenciye bilgi akışını sağlayabilmek ve gerekli ise düzeltme yapabilmek için nasıl zaman ayırabiliriz?” sorusuna odaklandık. Araştırma, birinci yazarının fakültede okuttuğu özel öğretim yöntemleri dersini alan öğrencilerle birlikte yürütüldü. İlk olarak öğrencilere öğretme-öğrenme sürecinde dönütün önemi ifade edildi. Daha sonra öğrencilerle birlikte “Anında dönüt-düzeltilme için nasıl zaman ayırabiliriz?” sorusuna cevap arandı. Aşağıda yapılan literatür taramasının bir özeti verilmiştir.

Çalışkan (2015), “etkili dönüt verme yolları” adlı çalışmasında, öğrenene anında dönüt sağlayabilecek yolları araştırmıştır. Literatür taraması sonucunda beş tür dönüt verme yaklaşımının çalışmanın amacına uygun olduğunu bulmuştur. Bunlar; izleme testleri, programlı öğretim, akran dönütü, bilgisayar destekli dönüt verme

ve kendi kendine dönüt verme yaklaşımlarıdır. Çalışkan (2015), bu yaklaşımlardan her birinin üstün olduğu durumlar ve sınırlılıklarının olduğu, sınıftaki her bir öğrencinin öğrenmesini göstermesine olanak olmadığına göre kendini izleme ve dönüt verme becerilerinin öğretilmesinin ön plana çıktığı sonucuna ulaşmıştır.

Okumuş ve Yurdakul (2016) tarafından yapılan çalışmada öncelikle öğrenciler kendi yaptıkları mikro öğretim çalışmalarının videolarını araştırmacıların kurmuş olduğu Facebook grubuna yüklemişlerdir. Daha sonra sınıf arkadaşlarından oluşan Facebook grubunun üyeleri bu videolara yorum yapmışlardır. Katılımcılar uygulama ile ilgili olumlu görüş bildirmişler ve akranlarının videolara yaptıkları yorumların hatalarını görme ve düzeltmelerinde yardımcı olduğunu ve arkadaşlarının videolarını seyrederek farklı öğretim yöntem ve teknikleriyle ilgili farkındalıklarının geliştiğini, yorum ve eleştirilerle yaptıkları işe kendilerini daha çok adadıklarını ifade etmişlerdir.

Lewis, Moore ve Nang (2015) tarafından yapılan çalışma iletişim ve yutma güçlüğü olan çocuklar ve yetişkinler ile çalışacak kişilere eğitim veren Edith Cowan Üniversitesi'nde konuşma patolojisi bölümü lisans öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerden klinik uygulamaları esnasında hastaları ile ilgilendikleri sırada videolar çekmeleri istenmiş ve daha sonra çektikleri videoda becerilerini en iyi gösterebilecekleri iki dakikalık bölümü almaları ve derste grup etkinliğinde arkadaşlarına sunmaları istenmiştir. Videoyu izleyen grup üyeleri performansının olumlu yönlerini ifade etmişler ve kendi iyi uygulamaları ile ilişkilendirmişlerdir.

Kısa literatür taramasından sonra öğrencilerle birlikte derste dönüt ve düzeltmeye zaman ayırmak için video ders uygulamasına karar verildi. Yani, dersten önce dersin videosu izlenecek, derste sadece dönüt ve düzeltme etkinlikleri yapılacaktı. Bu uygulamanın etkililiğini değerlendirmek için araştırma sorusu şu şekilde belirlendi: Dönüt ve düzeltmeye zaman ayırmak için uygulanan video ders uygulamasında neler oldu?

1. YÖNTEM

Bu araştırma bir eylem araştırmasıdır. Eylem araştırması, kişinin kendi öğretim uygulamalarının sistematik bir gözlemidir. Amaç belirli bir okulda ve/veya sınıfta olup bitenleri anlamaktır (Johnson, 2015, s. 128). Eylem araştırmacıları sağlam genellemeler aramaktansa, kendilerini de kişisel olarak dâhil oldukları, belirli bir durumun koşullarını değiştirmelerini sağlayacak bilgiyi elde etmeye yoğunlaşırlar (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2011, s. 18). Eylem araştırması eğitimsel problemleri çözme ve gelişim kaydetmeye yönelik sistematik bir süreçtir. Bu eylem araştırmasında da video ders uygulamasının dönüt ve düzeltmeye zaman ayırmada etkililiği gözlenmeye çalışılmıştır.

1.1. Katılımcılar

Çalışma bir eğitim fakültesinde pedagojik formasyon programında özel öğretim yöntemleri dersini alan bir sınıftaki öğrencilerle birlikte gerçekleştirildi. Sınıfta üç farklı bölümden 21 öğrenci vardı. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Öğrencilerin Bölümlere ve Cinsiyete Göre Dağılımı

| Bölüm | Cinsiyet | | Toplam |
|------------------------|----------|-------|--------|
| | Kız | Erkek | |
| Adalet | 5 | 2 | 7 |
| Kuyumculuk Teknolojisi | 5 | 3 | 8 |
| Muhasebe ve Finansman | 5 | 1 | 6 |
| Toplam | 15 | 6 | 21 |

1.2. Veri Toplama Araçları

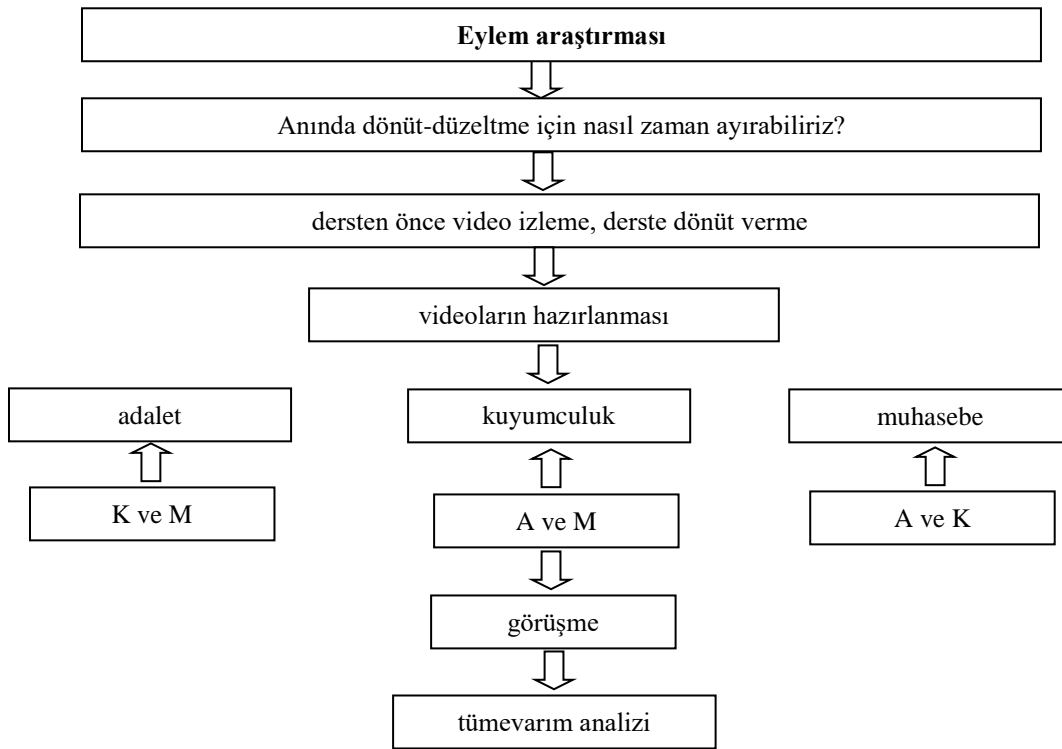
Araştırmada veriler öğrenci görüşlerinin yazılı olarak alınması yoluyla toplandı. Öğrencilerin, uygulamanın, dönüt-düzeltilme etkinliklerine zaman kalması açısından etkililiğini ve genel olarak etkililiğini değerlendirmeleri istendi. Ayrıca dersin sorumlu öğretim elemanı araştırma günlüğü (Johnson, 2015) tuttu.

1.3. İşlemler

Araştırma 8 hafta sürdü. İlk hafta, derste, dönüt ve düzeltmenin önemi ele alındı. Sınıf ortamında dönüt verebilmek için önce öğrencinin öğrendiği davranışı göstermesi gerektiği, her bir öğrenci için bunun mümkün olmadığı, sonuç olarak dönüt ve düzeltme işlemleri için zaman ayırmanın zor olduğu vurgulandı. Daha sonra öğrencilerle birlikte "Anında dönüt-düzeltilme için nasıl zaman ayırabiliriz?" sorusuna cevap arandı. Araştırma için sonraki derse kadar zaman tanındı. Öğrencilerle birlikte sorumlu öğretim elemanı da araştırma yaptı. Yapılan kısa literatür taraması sonunda ikinci hafta şu karara varıldı: Dersten önce konunun videosunun

izlenmesi, derste sadece dönüt ve düzeltmelere yer verilmesi. Video hazırlayabilmeleri için öğrencilere iki hafta verildi. Sınıfta üç alandan (Adalet – Kuyumculuk Teknolojisi – Muhasebe ve Finansman) öğrenciler vardı. Her grup kendi alanında liselerde okutulan bir dersin konusunu seçip video hazırladı. Kuyumculuk teknolojisi öğrencileri takı çizimi ve üretimi dersinin isim kesme konusunda 28 dakika süren bir video hazırladı. Adalet öğrencilerinin 44 dakika süren videoları hukuk dili ve terminolojisi dersinin toplumsal hayatı düzenleyen kurallar konusunda idi. Muhasebe ve finansman öğrencileri temel muhasebe dersinin sosyal güvenlik işlemleri konusunda 35 dakika süren bir video hazırladı. Beşinci hafta planlama yapıldı. Bu planlamaya göre altıncı haftanın dersine kadar adalet ve muhasebe-finance öğrencileri kuyumculuk teknolojisi öğrencilerinin hazırlamış olduğu videoyu izleyip konuyu öğreneceklerdi. Derste ise sadece dönüt ve düzeltme etkinlikleri yapılacaktı. Altıncı hafta adalet ve muhasebe-finance öğrencileri kuyumculuk teknolojisi öğrencilerinin hazırlamış olduğu videoyu izleyerek derse geldiler. Derste kuyumculuk öğrencileri diğer öğrencilere kısa bir çoktan seçmeli sınav uyguladılar. Sınavdaki sorular isim kesme işleminde kullanılan araç ve gereçlerin adını, hangi amaçla kullanıldığını ve bu araç-gereçleri kullanırken nelere dikkat edilmesi gerektiği bilgilerini ölçen soruları. Her bir sorunun cevabı tek tek okundu. Yanlış yapanlara gerekli açıklamalar yapıldı. Soru-cevap şeklinde ders tamamlandı. Yedinci ve sekizinci hafta sırasıyla adalet ve muhasebe-finance öğrencilerinin videolarını diğer gruplar izledi ve derste aynı etkinlikler yapıldı. Her hafta sorumlu öğretim elemanı araştırma günlüğüne notlar aldı. Son hafta ise sürecin etkililiği hakkında öğrenci görüşleri alındı. Araştırmada gerçekleştirilen işlemler Şekil 1’de özetlenmiştir.

Şekil 1: Araştırmada Gerçekleştirilen İşlemler



A: Adalet, K: Kuyumculuk Teknolojisi, M: Muhasebe ve Finansman

1.4. Verilerin Analizi

Hem öğrenci görüşlerinden hem de araştırma günlüğünden elde edilen veriler tümevarım analizi (Johnson, 2015) ile analiz edildi. Öğrenci görüşlerinden elde edilen verilerin analizinde görüşler düzenlendi, temalar ya da ortaya çıkan örüntüler arandı. Bunu yapabilmek için öncelikle neyin arandığına bir ölçüt oluşturması için soru belirlendi. Bu soru şuydu: “Öğrenci görüşlerinde uygulamanın etkililiğine atıf yapan ifadeler nelerdir?” Bu soru ışığında başlangıç kategorileri oluşturuldu. Yinelenecek analizlerde bu kategoriler netleşti. İki araştırmacı ayrı ayrı analiz etti. Benzer şeyler kodlandı ve kategorilere taşındı. Böylelikle beş ana kategori ve yirmi iki alt kategori oluşturuldu. Araştırma günlüğündeki verilerin analizinde ise günlükteki notlar okundu, uygulamanın etkililiğine atıf yapan notlar belirlendi.

2. BULGULAR

Öğrenci görüşlerinin analizinden elde edilen kategoriler ve alt kategoriler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Öğrenci Görüşlerinin Tümevarım Analizi Sonuçları

| kategoriler ve alt kategoriler | f |
|--|-----------|
| genel değerlendirme | 5 |
| kullanılabilir bir yöntem | 3 |
| genel olarak başarılı bir etkinlik oldu | 1 |
| ara sıra kullanılırsa etkili olabilir | 1 |
| dönüt ve düzeltme | 8 |
| dönüt ve düzeltme için zaman kalıyor | 4 |
| dönüt vermede etkili | 4 |
| avantajlar | 17 |
| istediğim zaman, istediğim yerde, istediğim kadar izleyebilmem çok iyi | 6 |
| tekrar tekrar izleme fırsatı sunuyor | 5 |
| ön bilgileri tamamlamak için kullanılabilir | 2 |
| derse hazırlıklı gelmeyi sağlıyor | 1 |
| mesleki dersler için uygun olabilir | 1 |
| öğretmen kendini izleyip, birebir değerlendirme yapıp, düzeltme yapabiliyor (öğretmen kendine dönüt sağlıyor) | 1 |
| öğretmen kendini daha rahat ifade edebiliyor | 1 |
| sınırlılıklar | 17 |
| video hazırlamak zor ve zaman alıcı | 7 |
| önbilgiler tam değilse yöntem yetersiz kalabilir | 4 |
| elinin altında olduğu için erteleme | 1 |
| dıştan denetimli bireyler izlemeyebilir | 1 |
| sürekli kullanılamaz | 1 |
| sayısal derslerde etkili olmayabilir | 1 |
| dersin doğal akışı olmadığından tahmin yapmak zor, her şey ayrıntılı anlatılmak zorunda kalıyor, bu da video süresini uzatıyor | 1 |
| sorularımızı hemen soramıyoruz | 1 |
| öneriler | 5 |
| dikkatin dağılması için videonun süresi uzun olmamalı | 4 |
| video hazırlama konusunda eğitim alınmalı | 1 |

Tablo 2 incelendiğinde, öğrencilerin, uygulamanın daha çok avantajlarına ve sınırlılıklarına atıf yaptıkları görülmektedir. Hazırlanan ders videolarının, derse gelmeden, “istenilen zaman, istenilen yerde, istenilen kadar izlenebilmesi” ve “tekrar tekrar izlenebilmesi” avantajlar alt kategorisinin ilk sıralarında yer almaktadır. Bu kategoride dikkati çeken bir görüş, bu uygulamada “öğretmenin de kendine dönüt sağlayabileceği” görüşüdür. Sınırlılıklar kategorisinin ilk sıralarında “video hazırlamanın zor ve zaman alıcı” olduğu görüşü gelmektedir. İkinci sırada ise “ön bilgiler tam değilse yöntemin yetersiz kalabileceği” görüşü yer almaktadır. Her ne kadar en son sıralarda yer alsalar da “dersin doğal akışı olmadığından tahmin yapmak zor, her şey ayrıntılı anlatılmak zorunda kalıyor, bu da video süresini uzatıyor” ve “sorularımızı hemen soramıyoruz” görüşleri dikkat çekmektedir. Öğrencilerin, uygulamanın, dönüt ve düzeltme açısından etkililiğine beklenenden az atıf yapmaları dikkat çekicidir. Bu kategoride, öğrenciler, böyle bir uygulamada “dönüt ve düzeltme için zaman kaldığını” ve uygulamanın “dönüt verme açısından etkili olduğunu” ifade etmişlerdir. Bunlara ek olarak, öğrenciler, genel değerlendirme kategorisinde bu uygulamanın “kullanılabilir bir yöntem olduğunu” belirtmişler ve “dikkatin dağılması için videonun süresinin uzun olmaması” şeklinde öneride bulunmuşlardır.

Araştırma günlüğünden elde edilen bulgular Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3: Öğrenci Görüşlerinin Tümevarım Analizi Sonuçları

| |
|--|
| kategoriler ve alt kategoriler |
| dönüt ve düzeltme |
| dönüt ve düzeltme için zaman kalıyor. |
| farklı uygulamalarla dönüt ve düzeltme işlemleri gerçekleştirildi. |
| sınırlılıklar |
| video hazırlamada bazı güçlükler gözlemlendi. |
| sayıları az da olsa video izlemeyen öğrenciler vardı. |

Araştırma günlüğünden elde edilen bulgulara göre, bu uygulamada dönüt ve düzeltme için zaman kalmaktadır. Bu zamanda farklı dönüt ve düzeltme işlemleri (soru-cevap, sınavlar vb.) gerçekleştirilmiştir. Ancak video hazırlamanın güçlükleri vardır. Öğrenci ifadelerine göre bu güçlükler çok zaman alması, bir hata yapıldığında başa dönülmesi gerektiği ve teknolojik bilgi ve beceri eksikliği şeklinde sıralanabilir. Ayrıca sayıları az da olsa videoları izlemeden derse gelen öğrenciler vardır.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada bir eğitim fakültesinde pedagojik formasyon programında özel öğretim yöntemleri dersini alan bir sınıftaki öğrencilerle birlikte “Anında dönüt-düzeltilme için nasıl zaman ayırabiliriz?” sorusuna cevap aradık. Derse gelmeden önce dersin videosu izlenirse derste dönüt-düzeltilme için zaman kalacağını düşündük. Bu düşüncüyü uygulamaya geçirdik. Bu şekilde araştırma sorumuzu şu şekilde belirledik: Dönüt ve düzeltmeye zaman ayırmak için uygulanan video ders uygulamasında neler oldu? Veriler öğrenci görüşlerinden ve araştırma günlüğünden elde edildi.

Araştırmada özetle şu bulgulara ulaştık: Bu uygulamada dönüt ve düzeltme için zaman kalmaktadır. Uygulama dönüt alma ve verme (öğrenciden öğretmene ve öğretmenden öğrenciye) açısından etkilidir. Hazırlanan ders videolarının, derse gelmeden, “istenilen zaman, istenilen yerde, istenilen kadar izlenebilmesi” ve “tekrar tekrar izlenebilmesi” uygulamanın avantajlarıdır. Video hazırlamak zor ve zaman alıcıdır. Ön bilgiler tam değilse yöntem yetersiz kalabilir. Dikkatin dağılmaması için videonun süresi uzun olmamalıdır. Sayıları az da olsa videoları izlemeden derse gelen öğrenciler vardır. Öğrencilerin, uygulamanın, dönüt ve düzeltme açısından etkililiğine az atıf yapmaları dikkat çekicidir. Öğrenciler daha çok uygulamanın genel olarak avantajlarına ve sınırlılıklarına atıf yapmışlardır.

Bu uygulamada, dersin videosu derse gelmeden izlendiğinden ve derste sadece dönüt düzeltme yapıldığından, öğrencilerin böyle bu uygulamayla ilgili olarak “Dönüt ve düzeltme için zaman ayrılabilir.”, “Uygulama dönüt alma ve verme açısından etkilidir.” ve “Zamandan ve mekândan bağımsız tekrar tekrar izleyebiliyorum.” şeklinde görüş bildirmeleri beklenen bulgulardır. Video hazırlamanın zor ve zaman alıcı olduğunun hem öğrenci görüşlerinde ifade edilmesi hem de araştırmacının gözlemlemesi bizim için önemli bir bulgudur. Şöyle ki, öğretmenin dersi ile ilgili (dersin tamamının) videolar hazırlaması kulağa hoş geliyor. Ancak bu çok zaman alıyorsa ve bazı güçlükleri varsa bu durumda ekonomiklik ilkesi ile çelişiriz. Bilindiği gibi eğitim durumlarının düzenlenmesinde ekonomiklik ilkesi de dikkate alınmalıdır. Öğrenciler “Ön bilgiler tam değilse yöntem yetersiz kalabilir.” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bu görüşün nedeni, öğrencilerin kendileri için yeni olan alanlardaki derslerin konularına yönelik video izlemeleri olabilir. Örneğin, Adalet ve Muhasebe-Finansman öğrencileri takı çizimi ve üretimi dersinin isim kesme konusunda bir videoyu ilk kez izliyordu. Bu nedenle böyle bir bulgu bu çalışmaya özgü olabilir. Ama yine de dikkate alınması gereken bir bulgu olduğu düşünüyoruz. Öğrencilerden “uygulamanın, dönüt ve düzeltme etkinliklerine zaman kalması açısından etkililiğini ve genel olarak etkililiğini değerlendirmeleri” istenmişti. Öğrenciler, uygulamanın avantaj ve sınırlılıklarına, görüşlerinde daha çok yer vermişlerdi. Dönüt ve düzeltme açısından etkililiğine daha az atıf yapmışlardı. Bu sonuç, öğrencilerin daha çok video çekim sürecine odaklanmalarıyla açıklanabilir. Video hazırlama, grup çalışmaları, karşılaşılan güçlükler onların zihnini daha çok meşgul etmiş olabilir. Böylelikle uygulamanın dönüt düzeltme açısından etkililiği gölgede kalmış olabilir.

Bizler bu tecrübeden sonra bu uygulamayı sınıfımızda uyguluyor muyuz? Uygularsak nasıl uyguluyoruz? Bu tecrübeden sonra ulaştığımız sonuç bir başka ifade ile inanmaya başladığımız şey şudur: Böyle bir çalışmada dönüt ve düzeltme için zaman kalmaktadır. Ancak eğitim durumlarının niteliğini belirleyen bir değişkene, öneminden dolayı, zaman ayırmak için diğer değişkenleri feda etmiş oluyoruz. Eğitim durumlarının niteliğini belirleyen dört değişken vardı. Katılım, ipucu, pekiştirme, dönüt ve düzeltme. Bu uygulamada dönüt ve düzeltme garanti altına alınıyor ama diğer üç değişken saf dışı bırakılıyor. Öğretim hizmetini nitelikli yapacağız derken başka problemlerin ortaya çıkmasına neden olabiliriz. “Dıştan denetimli bireyler

izlemeyebilir.”, “Videoyu izleme sürekli ertelenebilir.” ve “Sorularımızı hemen soramıyoruz.” gibi öğrenci görüşleri diğer üç değişkenin önemine atıf yapmaktadır ve bu sonucumuzu desteklemektedir. Sonuç olarak, böyle bir uygulamanın, öğrencilerin ön bilgilerinin tam olduğu konularda hazır ve kısa videoların yaşantı zenginliği sağlaması açısından dönem içerisinde birkaç kez kullanılabilceğini söyleyebiliriz.

Bu araştırmanın en önemli sınırlılığı, öğrencilerin öğretmen ve öğrenci rolüne girmeleridir. Şöyle ki, örneğin, kuyumculuk teknolojisi öğrencileri öğretmen olduklarını hayal ettiler, lisede kuyumculuk teknolojisi okutulan bir dersin videosunu hazırladılar, adalet ve muhasebe-finance öğrencileri kuyumculuk bölümünde okuyan lise öğrencileri rolüne büründüler. Bu araştırmayı, bir kuyumculuk teknolojisi öğretmeni kendi sınıfında uygulaysaydı, belki daha farklı bulgulara ve sonuçlara ulaşılabilirdi. Bu nedenle, bu araştırmanın, gerçek sınıf ortamlarında uygulanması önerilir.

KAYNAKÇA

- Alavi, S. M. ve Kaivanpanah, S. (2007). Feedback expectancy and EFL learners' achievement in English. *Journal of Theory and Practice in Education*, 3(2), 181-196.
- Bloom, B. S. (1984). The search for methods of group instruction as effective as one-to-one tutoring. *Educational Leadership*, 41(8), 4-17.
- Bloom, B. S. (1998). İnsan nitelikleri ve okulda öğrenme (D. A. Özçelik, Çev.). İstanbul: MEB Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2011). Bilimsel araştırma yöntemleri (9. bs.). Ankara: Pegem.
- Çalışkan, M. (2015). Etkili dönüt verme yolları. *Turkish Studies – International Periodical for Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(11), 417-730.
- Demirel, Ö. (1994). Genel öğretim yöntemleri (2. bs.). Ankara: USEM Yayınları.
- Erbaş, D. ve Yücesoy, Ş. (2002). Özel eğitim öğretmenliği programında yer alan uygulama derslerini yürütürken kullanılan iki farklı dönüt verme yönteminin karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 109-120.
- Johnson, A. P. (2015). Eylem araştırması el kitabı (Y. Uzuner ve M. Atay, Çev.) (2. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Karatay, H. (2011). 4+1 planlı yazma ve değerlendirme modelinin öğretmen adaylarının yazılı anlatım tutumlarını ve yazma becerilerini geliştirmeye etkisi. *Turkish Studies – International Periodical for Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 6(13), 1029-1047.
- Lewis, A., Moore, C. ve Nang, C. (2015). Using video of student-client interactions to engage students in reflection and peer review. *Journal of University Teaching & Learning Practice*, 12(4), 1-18.
- Okumuş, K. ve Yurdakal, İ. (2016). Peer feedback through SNSs (Social Networking Sites): Pre-Service teachers' views about using Facebook for peer feedback on microteachings. *İlköğretim Online*, 15(4), 1206-1216.
- Oral, B. (2000). Öğretmen adaylarının algılarına göre ilköğretim sınıf öğretmenlerinin dönüt ve düzeltme davranışları. *Eğitim Araştırmaları*, 2, 59-64.
- Özçelik, D. A. (1998). Eğitim programları ve öğretim. Ankara: ÖSYM Yayınları.
- Senemoğlu, N. (2013). Gelişim, öğrenme ve öğretim kuramdan uygulamaya. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Sönmez, V. (2012). Program geliştirmede öğretmen el kitabı (17. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şahin, M. (2014). Üniversite öğretim elemanlarının sınıf içi öğretimsel davranışlarına yönelik öğrenci görüşlerinin incelenmesi (Çankırı Karatekin Üniversitesi örneği). *Turkish Studies – International Periodical for Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 499-515.
- Tomal, D. R. (2010). Action research for education (2. bs.). Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Rowe, A. D. ve Wood, L. N. (2011). What feedback do students want?, <<https://www.aare.edu.au/data/publications/2007/row07086.pdf>>, [Erişim tarihi: 23.05.2018].
- Van der Kleij, F. M., Eggen, T. J. H. M., Timmers, C. F. ve Veldkamp, B. P. (2012). Effects of feedback in a computer-based assessment for learning. *Computer & Education*, 58, 263-272.

Lease Certificates (Sukuk) As A New Finacial Instrument In Bond Market: A Case Study Of Turkish Capital Market¹

*Bono Piyasasında Yeni Bir Finansal Araç Olarak Kiralama Sertifikaları (Sukuk):
Türk Sermaye Piyasası Vaka Analizi*

Aziz KAĞITÇI*
Baki YILMAZ**
Yılmaz BADEMLİ***

ÖZ

Modern anlamdaki ilk uygulamaları 40 yıl öncesine dayanan İslami finans, İslamiyet'in getirdiği ilke ve kuralların finansal işlemlere uygulanması olarak tanımlanmaktadır. Temel olarak İslami bankacılık, sigortacılık ve sermaye piyasasından oluşan İslami finans sektörü %10-15'lik yıllık büyüme oranı ile son yıllarda önemli bir gelişme kaydetmiş ve alternatif bir finansal aracılık modeli olarak görülmeye başlanmıştır. Bu model, tüm bileşenleri ile tamamlanmış ve olgunlaşmış sayılmasa da, özellikle günümüzde birçok ülke tarafından yürütülen çalışmalar önümüzdeki yıllarda İslami finans sektöründeki büyümenin devam edeceği ve sektörün daha rekabetçi hale geleceği hakkında fikir vermektedir. İslami finans sektörü, her ne kadar dini sebeplerle ortaya çıkmışsa da İslamiyet dininin mensupları dışındaki yatırımcıların da ilgisini çekmeyi başarmıştır. Bu ilgiden en büyük payı alan hiç kuşkusuz Sukuk olmuştur. İslami finans sisteminin günümüzdeki temel enstrümanı sayılabilen "sukuk", bir varlığa sahip olmayı veya ondan yararlanma hakkını gösteren bir menkul kıymettir. Bu çalışmada öncelikle tüm dünyada İslami Finansın gelişimi ele alınacak daha sonra ise İslami Finans uygulaması olarak Sukuk işlemlerinin çeşitleri ve Türkiye'de ki uygulamalarına yer verilecektir.

ANAHTAR KELİMELER

İslami Finans, Sukuk, Sukuk Türleri

ABSTRACT

The Islamic finance, whose first modern applications based on 40 years before time, is defined as application of the principles and rules of Islam on the financial operations. The Islamic finance sector that comprises of Islamic banking, insurance and capital market, has recorded an important development with a 10-15% rate of growing and has started to be seen as an alternative financial agency model. Even though this model cannot be accepted as completed and matured together with its all components, especially the studies that are being carried on by many countries are giving us idea about that growing on the Islamic finance sector will continue at the forward years and will be more competitive. Islamic finance sector, even though has appeared because of the religious reasons, it has also been able to take the attention of the investors out of the members of Islam religion. Sukuk, with no doubt, has been the one that has taken the biggest share from this interest. "Sukuk" that can be deemed as today's basic instrument of the Islamic financial system is a securities that shows owning to an entity and right of benefiting from that. At this study, primarily, development of the Islamic Finance all over the world will be handled and then types of the sukuk operations as an Islamic Finance application and its applications at Turkey will be investigated.

KEYWORDS

Islamic Finance, Sukuk, Sukuk Types

| | <i>Makale Geliş Tarihi / Submission Date</i> 23.07.2019 | <i>Makale Kabul Tarihi / Date of Acceptance</i> 30.11.2019 |
|-------------|--|---|
| <i>Atıf</i> | Kağıtçı, A., Yılmaz, B. ve Bademli, Y. (2019). Lease Certificates (Sukuk) As A New Finacial Instrument In Bond Market: A Case Study Of Turkish Capital Market. <i>Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi</i> , 22 (2), 999-1006. | |

¹ Bu çalışma 11-13 Temmuz 2016 tarihleri arasında düzenlenen 2. International Multidisciplinary Congress of Eurasia'da Aziz KAĞITCI tarafından bildiriler olarak sunulmuştur.

* Lecturer, Vocational School of SocialSciences, SelcukUniversity, aziz@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3331-655X

** Prof.Dr., Faculty of EconomicsandAdministrativeSciences, SelcukUniversity, byilmaz@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5392-2485

*** Member of Executive Board, ABH Holding

INTRODUCTION

The Islamic finance, whose first modern applications based on 40 years before time, is defined as application of the principles and rules of Islam on the financial operations. The Islamic finance sector that comprises of Islamic banking, insurance and capital market, has recorded an important development with a 10-15% rate of growing and has started to be seen as an alternative financial agency model. Even though this model cannot be accepted as completed and matured together with its all components, especially the studies that are being carried on by many countries are giving us idea about that growing on the Islamic finance sector will continue at the forward years and will be more competitive.

Islamic finance sector, even though has appeared because of the religious reasons, it has also been able to take the attention of the investors out of the members of Islam religion. Because of that, countries have started to announce themselves as a center as Islamic finance and they have started to compete for various encouragements and make structural adjustments for the development of the sector.

Islamic finance market has grown up very fast at the past few years at the leadership of the countries such as Malaysia and Indonesia located at Gulf Area and South East Asia. Petrol and commodity prices that have increased fast within past few years have caused to a serious grow up at the countries located at this area. Brent petrol that was processed as 10 USD for each barrel in 1999 has increased up to 140 USD before the financial crisis lived in America. The increasing petrol prices have also started to increase fast to the energy and construction investments at the Gulf countries. Therefore, development of the Islamic Finance Market that is based on ancient times has also started to get the attention of the entire world. Today, many developed countries such as England, America and Japan have started to the structural and legal adjustments for benefiting this development of Islamic Finance Market (Testa, 2008:115).

1.ISLAMIC FINANCE AND BASIC PRINCIPLES

The Islamic economic model has been constructed on the rules that were put on practice on commercial and financial operations by Islamic Law and developed in the time. Islamic finance system is a system based on the performance of the financial operations conforming to the rules and principles of Islam religion and these rules and principles are based on three basic sources as Quran, Sunnah and jurisprudence. Islamic law or the Islamic rules are also known as “Shariah” and at the Islamic financial products and services, the products or services to be conforming to the Islamic rules has a very big importance for the acceptance of that products or services (Ayub, 2009). Operations that are performed as Islamic Finance should conform basically to the following three matters (Tok, 2009:2-3):

- The operation performed not to content any interest,
- The operation performed not to content any inaccuracy (subjects of some insurance policies)
- The operation performed not to content any activity that are accepted as haram (activities such as gamble, bet and consume of alcohol)

1.1.Sukuk

Sukuk is the plural form of the word Sak in Arabic and has been defined as the paper (bond, bill) that shows the financial obligations because of the shopping and the other commercial activities at the Muslim publics at the Middle Age. Sukuk is used as synonym with asset backed securitization as a financial concept. Asset backed securitization is a period of transfer of the right of ownership based on an asset to the big mass of investors through certificates (sukuk) or other financial instruments that show its value as rate on the concerning assets (Ayub, 2009: 204). Sukuk is an Islamic finance instrument. These certificates are also called as Islamic bonds. But naming it in such way shall be wrong. Because structure of the bonds that are used at the conventional finance market and the structure of the sukuk operations are different in an important rate. Accounting and Audition Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI) described the Sukuk that the certificates that have not been divided and in equal value, showing the ownership, usufruct of a tangible and ownership of the services obtained from that tangible or ownership of the assets concerning to a specific project or specific investment activity (Salah, 2010:507). At the classification of the sukuk certificates, then information of which Islamic financing method it is based on (such as share of the profit and loss or forward sales) is have an important place. The Islamic finance method that is used when issued to the sukuk certificates is effecting to the subjects such as cash flow that will be proved from the concerning sukuk certificates and share of the risks.

Issuing of Sukuk resembles with Asset – Based Securities (ABS) at the conventional finance system. The company that owns claim portfolio at the ABS system is selling this portfolio to the special purpose vehicles

(SPV) and SPV is transforming to the portfolio to the security. Meanwhile, investment banks are intermediary to the sales of these securities to the investors. Because securitization of the claims arising from the concrete, real commercial relations (for example, profit – loss sharing) or the claims arising from the financial lease agreements are in question also at sukuk system, sukuk can also be defined as asset-back bond (Tok, 2009:21).

It is possible to classify the sukuk certificates in many ways. However, at this study, sukuk certificates will be handled according to the Islamic financing methods that they are based on. There are five basic agreement types that form the Islamic financing methods. There is a simple financial operation at the base of each type of agreements and meanwhile it is also possible to compare these financial agreements with the present methods within the conventional financial system. These five agreement types that form the Islamic financing methods are Murabaha, Ijara, Istinsa, Mudaraba and Musharaka. At the Murabaha agreements, the basic financial method is similar to the forward sale. The financial institute is selling an asset or commodity that it has bought with advance payment to its own client with forward sales by adding a profit in a specific rate on it. Ijara is similar to the leasing operation at the conventional financial system. Istinsa is an Islamic financing method that is generally used at the financing of long term infrastructure investments and is similar to the financing of the projects at the conventional financial system. Mudaraba is based on the partnership that one side finances the project and the other part take the responsibility of managing project activities. It is similar to the risk capital at the conventional financial system. At the Musharaka, more than one party is providing the capital and at the same time they are being partner to the profit and deficit. It is similar to the joint venture at the classical financial system (Zaher and Hassan, 2001:159-166).

1.1.1. Murabaha Sukuk

Murabaha sukuk are the certificates that is issued on the basis of the forward sales for providing short, middle and long term finance sources. The term Murabaha is an agreement that foreseeing the sales of the assets or commodity adding a rate of profit on the cost of them and all parties at this agreement have already made deal on this sales price previously. One of the most advantageous parts of this model is, it is possible for the additional financiers to participate to the project in case of the financial dimensions of the asset that will be bought to extend the financial power of the financial institutes. At the issue of Murabaha sukuk, the party that is providing to the finance, after performing a purchase operation in value of 10 million \$, can sell this in price of 11 million \$ to the party that uses the finance. In this circumstance, the appearing 1 million \$ of profit is shared by the ones that have provided to the finance. However, it is impossible for the financiers to sell the sukuk certificates that have obtained from this operation at the secondary market. Such sales will only be possible from the nominal value at the term of the concerning lease certificates (Abbas and Ibdal, 2007: 56). Because Murabaha sukuk can only be caused form a monetary debit that will be taken from the client, it represents the claims. At the Murabaha sukuk certificate, it is impossible to alter the price that has been determined at the beginning. Following steps are followed at the issue of Murabaha sukuk (Vishwanath and Azmi, 2009:65):

- A main agreement is signed between the debtor and SPV.
- SPV performs the sukuk issue for the investors and takes the funds from this issue to the cashier.
- SPV buys the commodity or goods from the supplier at the spot market.
- SPV sales the goods or commodity to the debtor together with the profit rate that it has added on the spot price. Debtor has to pay its debit at the terms determined at the main agreement.
- Investors obtain the benefit that has been calculated from the final sales price.

1.1.2. Ijara Sukuk

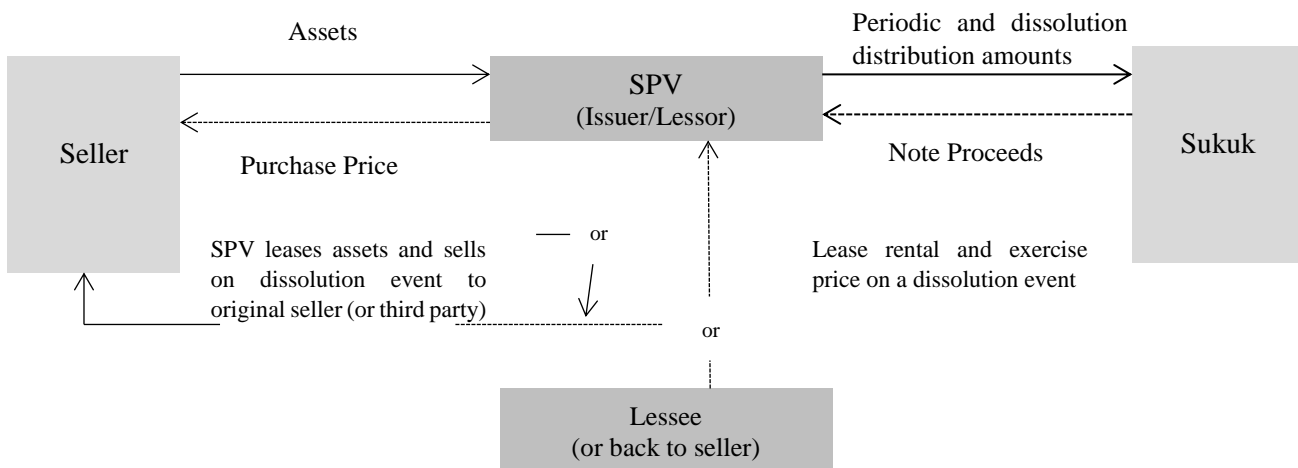
Ijarasukuk is similar to the financial operation named as leasing at the conventional financial system. Today it is the type of the sukuk that has the biggest operation rate at the sukuk market. Together with Ijarasukuk, there is lease of an asset and together with this, there is a transfer of right of use of the concerning asset. Ijarasukuk also gives right of buying the leased asset to the lessee at the end of the lease period. However, owners of the Ijarasukuk can also have the right of getting lease money from the asset besides to the ownership right of the asset. Ijarasukuk can be endorsed, can be processed at the secondary markets and in case of the leased asset to be unusable because of accident or disaster, the lessee even is able to cancel its Ijara contract. Rate of lease income for the entity subject to Ijara sukuk can be stable or unsteady related to the agreement (Buyukakin and Onyılmaz, 2012:4). According to Al-Amine and Al-Bashir (2001:6), Ijarasukuk operations have four characteristic features:

- Ijarasukuk certificates show the right of ownership about the asset that has clearly been defined at the lease agreement. This means that Ijarasukuk certificates can be sold from the prices formed by

the market dynamics. Because of the asset price changes formed at the real market and sustainability of the present activities, there is risk of the lessee not to be able to meet their obligations.

- Because of not being able to determine some insurance and maintenance expenses previously, of the Ijarasukuk certificates may not be able to be determined. In such circumstances, the lease income written at the main lease agreement forms the maximum income.
- Ijarasukuk certificate can be endorsed, can be processed at the secondary markets. This can be shown as reason for it to be more popular than the other Sukuk certificates.
- Ijarasukuk certificate can be issued by both public and private sector.
- Following steps are followed at the issue of Ijarasukuk (Afshar, 2013:50):
- Debtor sells some of its entities to SPV from the previously determined price.
- SPV performs sukuk issue as much as the cost of the assets it has bought.
- SPV transfers the fund it has obtained from sukuk issue to the debtor.
- An agreement is signed between the debtor and SPV about the lease of the assets that have been previously transferred.
- Debtor pays lease periodically to SPV.
- SPV distributes the lease payments to the owners of the Sukuk certificates.
- At the end of the term, it sells the assets in its hand sales back to the debtor from the price that has been determined with the agreement previously. Sales cost should be equal to the minimum amount of the certificates that the sukuk owners have.

Figure 1: Structure of Ijara Sukuk



Source: Jobst, 2007:21

1.1.3. Istinsa Sukuk

Istisna'a or Istinsa sukuk commonly used at the financing of the long period and big scale investments. Istisna sukuk is a method based on the payment performed before the delivery of the asset and then lease of the concerning asset. Istisna Sukuk is a financing method that is used at the big infrastructure projects and energy investments. Financial institute is the owner of the concerning project and can lease this to the debtor company and besides, it can also sell this to the debtor company with the condition of collecting at the future date determined by adding a certain profit on the cost of the concerning asset (Duran and Lopez, 2012:55). At the Istisna Sukuk operation, in general, a parallel Istisna agreement also takes place. The financial institute that provides the financing first of all makes the agreement with the party that will buy the asset. Then one more parallel Istisna agreement is also signed with the company that will produce the asset together with a second agreement. The public or private company that will buy the asset should approve the timing and technical details about the project. Then, the financial institute can perform the sukuk issue together with the present project. At the parts after that, offers are taken from the subcontractors and the subjects such as delivery date and price of the asset that is produced is taken under agreement. Financial institute also adds the production cost on its profit and collects this from the debtor (Said, 2011:67).

1.1.4.Mudaraba Sukuk

Mudaraba sukuk is a financial operation in which one of the parties is putting the capital and other is putting the entrepreneurskills and in which profit is distributed between the parties according to the agreement conditions and based on Mudaraba agreement. The person issuing the Mudaraba sukuk certificate is called entrepreneur (mudarib), the person proving the fund is called owner of the capital and the funds that are collected are the Mudaraba capitals. Owners of the certificates are also owners of the entities of the operation and they share the profit and loss according to the conditions determined at the agreement. Mudaraba sukuk can also be issued by a company that is already present within a special project or activity. However, in such circumstances, the new project is accounted separate from the other activities of the company (Abbas and Ibdal, 2007:55). Common features of the Mudaraba sukuk certificates are as follows (Rezaei, 2013:264):

- Reason of Mudaraba sukuk issue should be declared clearly.
- All information of Mudaraba sukuk to be had been given according to the laws is based on an official agreement. The subjects such as subject of the investment and how will the distribution of the profit will be performed are determined at the agreement.
- Investors that have Mudaraba sukuk certificates can sell these certificates in the secondary market.
- Total capital investment shows the cost of the project. This amount should be mentioned clearly on the agreement and should be clear as not causing any conflict between the parties as meaning.
- Neither the entrepreneur not the financial institutionintermediary of the sukuk certificate cannot undertake and stable income at the Mudaraba sukuk agreement. Besides, income of the project cannot be defined as percentage of the assets. Finally, profit, loss and other details about the plan should be explained to the investors that have the Mudaraba sukuk certificate.
- In case of a loss to appear at the project performed this loss causes reduce at the shares of the investors that have put capital to the Mudaraba sukuk certificate.
- Intermediary financial institutes of Mudaraba sukuk certificate cannot be responsible for the project to show weak performance or result with loss.
- Return of the Mudaraba sukuk certificates has a variable structure as being different from the Ijara, Istinsa and Salam sukuk certificates.
- Return of Mudaraba sukuk certificate is also not similar to the return of equities. Investors that have Mudaraba sukuk certificate don't have right to vote at the general board of the company. However, in case of bankrupt of the company, they can ask for their rights on the assets of the company before the shareholders of the company.

1.1.5.Musharaka Sukuk

Musharaka sukuk is based on Musharaka agreements as a basic financing method and very similar to Mudaraba sukuk. Most important difference is the financial intermediary to be partner with the ones having the Musharaka sukuk certificate. It is similar to the joint venture as financial method. Nearly all of the criteria that are valid for Mudaraba sukuk are also valid for Musharaka sukuk. The most important difference is, when capital comes from one party at Mudaraba sukuk, both of the parties are putting capital at Musharaka sukuk. Financial institution that is issuerof Musharaka sukuk certificate invitesto the investors for a specific project or activity. Investors that have taken the Musharaka sukuk certificates both provide capital to the project and become partners of this project. Investors that have Musharaka sukuk certificates are also owners the assets of partnership and they share the profit andloss (Abbas and Ibdal, 2007:56). Musharaka sukuk is like a company in which different parties are coming together and formed. Therefore, shares from the profit are distributed by taking into consideration to the capital taken by the parties (Said, 2011:67). Musharaka sukuk is used for development of the financing of a present project based on the partnership agreement or financing to a new project. Because Musharaka sukuk certificate can be bought and sold at the secondary market, it has a liquid feature. In other words, Musharaka sukuk certificate is operated as an endorsable instrument and can be bought and sold at the secondary markets (Tok, 2009:19).

1.2.Islamic Finance Market in the World and Sukuk

Islamic finance has been an important actor of the international financial system as a result of its regular and consistent grows up. Market value of the Islamic finance entities that has been 150 billion \$ in the middle of 1990s, has reached 1.6 trillion \$ at the end of 2012 with the contributions of Islamic banking and Global Sukuk Market. Although to these enormous grow up numbers, Islamic Finance market is still having a small place within the global financial system. Islamic finance market has taken an important place to itself at the

geography of the location of Middle East and Far Southeast Asia Countries. Reasons for this growing of the Islamic finance market of recent years are as follows (Mauro, et al, 2013:18):

- The liquidity abundance formed because of the petrol prices that have been high at the first 10 years of millennium.
- Legal authorities of some countries to play active roles for the development of Islamic Finance market.
- Demands coming from the growing Muslim population.
- Increase of perceive about that Islamic financing is increasing the financial stability.
- The researches on Islamic Finance system that have been started by the multinational organizations such as IMF and some of the central banks.

The Sukuk issue that has been performed all over the world is expect to get over approximately 200 billion \$ by the end of the year 2012. Only the 44 billion \$ part of this was performed in the year 2012. When you have a look at the regional spread of Sukuk issue between the 2009 – 2012 years, Malaysia is taking the first place with 61%. Share of the Middle East countries (except Saudi Arabia) is 19%, Saudi Arabia is 14% and share of the remaining part of the world is about 6%. Total 57% of the nominal values of the Sukuk issues are in type of Malaysia Ringgit. Share of American Dollars is 25%, Saudi Arabia Riyal is 10% and the share of the other currencies is about 8%. The term spread of the sukuk issues that have been performed at this period is formed of issues with shorter than 5 years of issues. When 48% of the sukuk issues have been in shorter than 5 years term, the ones at the 5-7 terms are 10%, and the ones that are in more than 10 years of term form the 20% of the sukuk issue (HSBC Amanah, 2012:7).

1.3.Sukuk Market in Turkey

Sukuk that is at the first place of the Islamic finance instruments mentioned above, is known as a bond method based on partnership on incomes (asset back bond) at Turkey and because of their similarities with bridges, barrages, highways, railways, telecommunication systems and sea and air ports, they are accepted as the certificates that are produced against the incomes of the government offices and institutes namely some entities that produce regular incomes and providing legal and real people be partner to this (Tok, 2009:56). Thanks to the participation banks that are in activity in Turkey, meeting of Turkey with sukuk issue happened in 2010 with Kuveyt Turk Participation Bank. At the sukuk issue in which term is performed as three years, Kuveyt Turk has provided 100 million USD of financing. The final income happened as 5.25. In spite of the fact that regulations about the issue of the lease agreement at Turkey were performed in the year 2010, first issue of Turkish Treasure happened at the year 2012. When term was determined as 5.5 years at the sukuk issue, total amount of issue has been 1.5 billion \$. Demand came to the tender has been at the 8 billion \$ level. Treasure has performed the biggest loaning of the history of Republic together with the tender it performed at this time period. Income of the sukuk that was issued has been 185 basic point + MS (Mid-Swap).

Table 1: Sukuk Issue in Turkey

| Sukuk Issues of the Private Companies Active in Turkey | | |
|---|---------------------------------|---------------------|
| 2011-09/2015 | Amount (Billion Dollars) | Average Term |
| Abroad | 2.669 | 5.01 |
| Local | 1.402 | 0.78 |
| | 4.071 | |
| Sukuk Issues of the Public Sector in Turkey | | |
| 2011-09/2015 | Amount (Billion Dollars) | Average Term |
| Abroad | 3.75 | 6.83 |
| Local | 3.964 | 2.14 |
| | 7.714 | |

Source: IIFM, 2016:148

The total amount of the sukuk that has been issued by public and private sectors from the year 2011 to the first nine months of 2015 has reached to 11.79 billion \$. Almost half of this issue has been done to the investors abroad. When you think about the bigness of the Islamic finance sector, Turkey is yet at the beginning of the way as both public and private sectors.

CONCLUSION

The Islamic finance, whose first modern applications based on 40 years before time, has recorded an important development with a 10-15% rate of growing and has started to be seen as an alternative financial agency model. Even though this model cannot be accepted as completed and matured together with its all components, especially the studies that are being carried on by many countries are giving us idea about that growing on the Islamic finance sector will continue at the forward years and will be more competitive.

Islamic finance sector, even though has appeared because of the religious reasons, it has also been able to take the attention of the investors out of the members of Islam religion. Countries have started to announce themselves as a center as Islamic finance and they have started to compete for various encouragements and make structural adjustments for the development of the sector. Today, many developed countries such as England, have started to the structural and legal adjustments for benefiting this development of Islamic Finance market. When we have a look at the first ten banks that performed the most sukuk issue, we will see that more than half of them are the important banks of the global system. This can be accepted as evidence to the interest of the developed countries of Islamic Finance system.

Turkey has close relations with Middle East and South East Asia that is accepted as hearth of the Islamic finance because of both historical and cultural connections. Sukuk is not a new concept for Turkey and sukuk is taking a very small share at both financing of the private sector and public financing methods. When you think about the effect of Turkey at the area, it is possible for it to get over about 3 billion \$ of sukuk issue that is the present annual amount. Besides to the conventional finance markets of Turkey, directing to the Islamic finance market will provide competitive lending rate as both private sector and public sector. Besides, it will help to the development of mutual relations with the mentioned areas.

REFERENCES

- Abbas, M., & Ibdal, Z. (2007). Profit-and-loss sharing contracts in Islamic finance. Handbook of Islamic Banking. Bodmin, Cornwall: Edward Elgard Publishing Limited.
- Afshar, T. A. (2013, Şubat). Compare and contrast sukuk (Islamic bonds) with conventional bonds, are they compatible? The Journal of global business management, 9(1), 44-52.
- Ayub, M. (2009). Understanding Islamic Finance (Vol. 462). John Wiley & Sons.
- Büyükakın, F., & Önyılmaz, O. (2012). Faizsiz finansman bonosu sukuk ve Türkiye uygulamaları. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 3(7).
- Duran, J. J., & Garcia-Lopez, M. J. (2012). The Internationalization of Islamic banking and finance: the co-evolution of institutional changes and financial services integration. International journal of business and management, 7(13), 49-74.
- HSBC Amanah. (2012). Global Sukuk Markets:Structures & Case Studies.
- International Islamic Financial Market. (2016). Sukuk Report. Manama,Bahreyn.
- Jobst, A. A. (2007). The economics of Islamic finance and securitization. IMF Working Papers, 1-35.
- Mauro, F., Caristi, P., Couderc, S., Maria, A., Ho, L., Grewal, B. K., et al. (2013). İslamic finance in Europe. Manama, Bahreyn: European Central Bank.
- Rezaei, Z. (2013). Sukuk:An Islamic financial instrument. Management and administrative sciences review, 2(3), 261-267.
- Said, A. (2011). Does the use of sukuk (Islamic bonds) impact Islamic bank performance? A case study of relative performance during 2007-2009. Middle Eastern Finance and Economics, 12, 65-76.
- Salah, O. (2010). Islamic finance: the impact of the AAOIFI Resolution on equity-based sukuk structures. Law and Financial Markets Review, 4(5), 507-517.
- Testa, D. (2008). Fixed income sukuk: prospects for corporate issuance. Islamic Finance. Globe Law and Business.
- Tok, A. (2009). İslami Finans Çerçevesinde Sukuk (İslami Tahvil) Uygulamaları, Katılım Bankaları ve Türkiye Açısından Değerlendirmeler. Sermaye Piyasası Kurulu Hukuk İşleri Dairesi Yeterlilik Etüdü.
- Vishwanath, S. R., & Azmi, S. (2009). An overview of Islamic Sukuk bonds. The Journal of Structured Finance, 14(4), 58-67.
- Zaher, T. S., & Hassan, M. K. (2001). A comparative literature survey of Islamic finance and banking. Financial Markets, Institutions &INSTRUMENTS, 10(4), 155-199.

72.