

**ALANYA AKADEMİK BAKIŞ**

**ALANYA ACADEMIC REVIEW**

**ISSN 2547-9733**

**Cilt 4, Sayı 1, Yıl 2020**

**Volume 4, Issue 1, Year 2020**

**Sahibi / Owner**

**Prof. Dr. Ekrem KALAN**

**Rektör / Rector**

**Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi /  
Alanya Alaaddin Keykubat University**

**Editör / Editor**

**Doç. Dr. Kemal VATANSEVER**

**Editör Yardımcısı / Editorial Assistant**

**Dr. Öğr. Üyesi Mustafa YILDIRIM**

**Danışma Kurulu/Advisory Board**

**Prof. Dr. Aydın SARI Pamukkale Üniversitesi  
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Prof. Dr. Hakan AYGÖREN Pamukkale Üniversitesi  
Prof. Dr. İbrahim ORGAN Pamukkale Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Y. YAHYAGİL Yeditepe Üniversitesi  
Prof. Dr. Ömer TORLAK Rekabet Kurumu Başkanı  
Prof. Dr. Şerafettin SEVİM Dumlupınar Üniversitesi**

### Yayın kurulu/Editorial Board

- Prof. Dr. Aydın KAYABAŞI Dumlupınar Üniversitesi  
Prof. Dr. Cem Oktay GÜZELLER Akdeniz Üniversitesi  
Prof. Dr. Funda Rana ADAÇAY Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Harun UÇAK Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Prof. Dr. Hüdai YILMAZ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi  
Prof. Dr. İlyas SÖZEN İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu  
Prof. Dr. Kemal KANTARCI Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Muharrem TUNA Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ Akdeniz Üniversitesi  
Prof. Dr. Nurullah UÇKUN Eskişehir Osmangazi Üniversitesi  
Prof. Dr. Oğuz YILDIRIM Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Prof. Dr. Rüştü YAYAR Gaziosmanpaşa Üniversitesi  
Prof. Dr. Selim İNANÇLI Sakarya Üniversitesi  
Prof. Dr. Süleyman UYAR Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Prof. Dr. Yiğit KAZANÇOĞLU Yaşar Üniversitesi  
Doç. Dr. Hatice Gaye GENCER Yeditepe Üniversitesi  
Doç. Dr. Güneş YILMAZ Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Doç. Dr. Volkan ÖNGEL Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÇEVİRGEN Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Alanya Akademik Bakış yılda üç kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.  
Dergide yer alan yazılarda ileri sürülen görüşler yazarlara aittir, yayınlayan kurulu ve dergiyi bağlamaz.

Alanya Academic Review is a peer-reviewed international journal published three times a year. Any views expressed in this publication are the views of the authors and are not the views of Alanya Academic Review.

### Index:



Bu dergi, Creative Commons Atıf-GayriTicari-AynıLisanslaPaylaş 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial- NoDerivatives 4.0 International License.

### İletişim / Contact:

Alanya Akademik Bakış Editörlüğü  
Kestel Merkez Mah. Sigorta Cad. 07425 ALANYA/ANTALYA  
Tel: +90 (242) 510 61 00, Faks: +90 (242) 518 20 51  
E-mail: [alanyaacademic@gmail.com](mailto:alanyaacademic@gmail.com)  
Web: <http://dergipark.gov.tr/alanyaakademik>

# İÇİNDEKİLER / CONTENTS

	<u>Sayfa</u>
<b>Türk Sosyal Karakteri Üzerine Kuramsal Bir Çalışma - A Theoretical Study on Turkish Social Character (Araştırma Makalesi)</b>	
İbrahim Zeyd GERÇİK	1-23
<b>Households' Demand for Pap Flour in Ibadan Metropolis - Ibadan Kentindeki Hanelerin Mama Unu Talebi (Research Article)</b>	
J. A. ADEJUMO, F. A. SOWUNMI	25-38
<b>Sivil Toplum Kuruluşlarında Finansal Şeffaflık: Türkiye ve ABD Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi - Financial Transparency in Nonprofit Organizations: The Comparative Analysis of Turkish and US Practices (Araştırma Makalesi)</b>	
Mehmet Fatih GÜNER	39-51
<b>Bitcoin Piyasasında Haftanın Günü Anomalisi - The Day of the Week Anomaly in Bitcoin Market</b>	
Samet EVCİ	53-61
<b>The Relationship between Military Expenditures and Economic Freedom in the Middle East and North Africa Region - Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesinde Askeri Harcamalar ve Ekonomik Özgürlük Arasındaki İlişki (Research Article)</b>	
İlyas SÖZEN, M. Batuhan TUFANER	63-76
<b>İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenciler Üzerindeki Etkilerine Dair Bir Araştırma - A Research on the Effects of the Internet and Social Media Addiction on Students (Araştırma Makalesi)</b>	
Eda BÜYÜKGEBİZ KOCA, Mustafa Zihni TUNCA	77-103
<b>Rice Commercialisation and Improved Agricultural Technology Adoption in Northern Ghana: Endogenous Switching Poisson Approach - Kuzey Gana'da Pirincin Ticarileştirilmesi ve Gelişmiş Tarım Teknolojisinin Benimsenmesi: İçsel Anahtarlı Poisson Yaklaşımı (Research Article)</b>	
Samuel A. DONKOH	105-121
<b>Spekülatif Girişimcilik Açısından Emile Zola'nın Para Romanının İncelenmesi - Investigation of Money Novel of Emile Zola in Terms of Specific Entrepreneurship (Araştırma Makalesi)</b>	
Ali Osman UYMAZ	123-142
<b>Market Integration of Sesame Seeds in South Asia - Güney Asya'da Susam Tohumu Marketi Bütünleşmesi (Research Article)</b>	
M. S. SADIQ, I. P. SINGH, M. M. AHMAD	143-155
<b>Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Değerlendirilmesi - Evaluation of Factors Affecting Sustainability of Social Entrepreneurship by AHP Method (Araştırma Makalesi)</b>	
M. Onur KAÇAROĞLU, Arzu ORGAN	157-171

# Türk Sosyal Karakteri Üzerine Kuramsal Bir Çalışma (Araştırma Makalesi)

*A Theoretical Study on Turkish Social Character*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.652459

**İbrahim Zeyd GERÇİK**

Dr. (İşletme Yönetimi)

gercikibrahimzeyd@gmail.com

Orcid No: 0000-0003-4878-5014

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Gerçik, İ.Z. (2020). Türk Sosyal Karakteri Üzerine Kuramsal Bir Çalışma. Alanya Akademik Bakış, 4(1), Sayfa No.1-23.

## Anahtar kelimeler:

Kültür Kişilik  
Etkileşimi,  
Sosyal Karakter,  
Türk Sosyal  
Karakteri

Makale Geliş Tarihi:  
28.11.2019

Kabul Tarihi:  
24.01.2020

## Keywords:

Culture-Personality  
Interaction,  
Social Character,  
Turkish Social  
Character

## ÖZET

Sosyal Karakter, bir toplumda yaşayan insanların öğrenme ve etkileşim yoluyla kendi kültürlerinden kişiliklerine aktardıkları ortak değer ve anlayış biçimleridir. Türk kültürünün zihindeki biçimlenmesi olan Türk sosyal karakteri, toplumdaki ilişkiler ve iş yapış tarzlarında kendini göstermektedir. Bu çalışmada, yönetim-kültür ilişkisinde bugüne kadar detaylı çalışma yapılmamış olan ‘Türk sosyal karakteri’ incelenmiştir. Özellikle Türk sosyal karakterinin, yönetim ve toplumsal gelişim süreçlerine frenleyici etkisi olan özellikleri irdelenmiştir.

## ABSTRACT

Social character is a common value and form of understanding of people who lives in a society transferred from their own culture to their personalities by learning and interaction. Turkish social character, which is the form of Turkish culture in the mind, shows itself in relations and way of doing business. In this study, Turkish social character in management-culture relationship, which has not been studied in details till today, has been analyzed. Specifically, the attributes of Turkish social character that have restraining effect on managerial and social development processes are examined.

## 1.GİRİŞ

Karakter bir kişi veya toplumu diğerinden ayıran özüdür. Ortak bir değer ve anlam dünyası inşa ederek kişi veya toplumun kendisiyle tutarlı kalmasını sağlayan, davranışlara yön vererek bütünlüğü ve sürekliliği sağlayan, inanç, değer ve özellikler bütünlüğüdür.

Sosyal bilimler alanında toplumsal kültürle kişilik arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmalar Birinci Dünya Savaşı'nın ardından yoğunlaşır. Margaret Mead Samoa Yerlileri (1925-1929) üzerine yaptığı araştırmalarda, kültürel kuralların ve toplumsal koşullandırmaların kişilerin

davranışlarını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koyar (Sargut, 2015, s. 60). Otuzlu yılların başında, Ralph Linton ve Abram Kardiner toplumsal kültürün kişilik üzerinde oluşturduğu etkileri; sosyal karakter konusunu araştırırlar. Linton, “İnsanın İncelenmesi” (The Study of Man 1936) adlı eserinde yaptıkları çalışmalara dayanarak “kültürün sosyal bir veraset” olduğunu ileri sürer. Ona göre her kültürün içerisinde bir kişinin toplumda nasıl davranması gerektiğini belirten bir rol rehberi bulunur. Sosyal rollerin kişilerde bütünleşmesi; sosyalleşmenin birçok aşamalarıyla aile, okul, din gibi temel kurumlar vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bu bütünleşme toplumun üyelerinde gözlemlenebilen ‘benzer özellikler’ bütünü anlamına gelen temel kişiliği sosyal karakteri oluşturmaktadır (Jean, 2009: 178).

Ruth Benedict, İkinci Dünya Savaşı’nda ABD Savaş İstihbarat biriminde Uzak Doğu kültürleri ve Japonya üzerinde çalışmalar yapar. Benedict toplumsal kültür ve toplumsal karakter üzerine çalışmasını modernleşmiş bir Doğu toplumu olan Japonya üzerine yoğunlaştırır. Savaşın ardından 1946 yılında Japon ulusal karakterini çözümlediği “Kılıç ve Krizantem” adlı çalışması yayınlanır. Benedict’e göre; her kültür göze çarpan birkaç nitelik tarafından belirtilen özel bir örüntüye, bir modele göre kurulmuştur ve bu model kendi üyeleri için tipik bir kişilik oluşturur (Jean, 2009, s. 176). Benedict, yaptığı alan çalışmaları sonucunda insanı içinde yaşadığı kültürün biçimlendirdiğini, insanın kendiliğinden yaptığı davranışların, gösterdiği tepkilerin önemli bir bölümünün kültürel çevre tarafından belirlendiği görüşünü savunmuştur (Sargut, 2015, s. 60).

Kültürel değer boyutlarının kişisel değerlerin gelişimine temel teşkil ederek insanların tutum ve davranışlarını etkilediği, toplumda benzer yönelimler ve ortak bir karakter oluşturduğu son dönemlerde yapılan birçok araştırmayla da desteklenmiştir (Hofstede ve McCrae, 2004; Chelariu ve diğerleri, 2008).

Sosyal karakter bir toplumda yaşayan insanların öğrenme ve etkileşim yoluyla, kendi kültürlerinden kişiliklerine aktardıkları ortak değer ve anlayış biçimleridir. Froom, belli bir kültürün çoğu üyelerinin ortaklaşa paylaştığı değerleri-kültürel çekirdeği, sosyal karakter olarak tanımlar. Sosyal karakter toplumun üyelerini, toplumun genel istek ve kurallarına uygun yönde biçimlendirir (Fromm, 1995, s. 84). Bir toplumda topluca yaşamak, o toplumun fertlerine özgü olan ortak bir dinamik örgütlenme gerektirir. Bu dinamik örgütlenme ortak karakterdir ve bir toplumsal yapıyı diğerinden ayıran en önemli özelliklerden biridir. Sosyal karakter içinde biçimlendiği toplumla birlikte değişir. Sosyal karakter tarih içinde olduğundan aynı zamanda tarihsel bir karakterdir. Kimi yanlarıyla kuşaklar boyu devam eder (Ergun, 2000, s. 86). Bir toplumda kişilerin davranışlarında çok açık gözlemlenebilen ve onu diğer kültürlerden ayıran bütünlüğü ortaya koyar (Türkdoğan, 1996, s. 24). Toplumsal koşulların ve bununla birlikte değerlerin değişmesi durumunda sosyal karakter de değişmektedir. Toplumsal değişimin yarattığı yeni ihtiyaç ve kaygılar sosyal karakteri de etkilemektedir (Tezcan, 1997, s. 106). Toplumdaki kişiler arasında ortak olan dil ve inançlar, çocuk yetiştirme uygulamaları, adetler, görenekler aynı kaldığı sürece toplumsal hafıza canlı kalmakta, toplumsal zihniyet nesilden nesile aktarılmaktadır (Göka, 2009, s. 241). Aynı kültürü paylaşanlar kendi kişisel ve toplumsal hayatlarına belirli bir anlam veren ortak bir dünya görüşüne sahip olmakta bunun sonucunda önemli konularda ortak bir karara, ortak bir yargıya yönelmektedirler. Belli değerlerin korunmasına inandıkları için, aralarında ister istemez bir sosyal dayanışma oluşmaktadır (Sığırı ve Tıgılı, 2006, s. 328-329).

Toplumsal kültürün kişilikteki ifadesi olan sosyal karakter toplumdaki her kişi üzerinde aynı ağırlık ve yönlendirici etkiyi göstermez. Çünkü her insanın öyküsünde diğerinden farklı olan

süreçler vardır. Kişilerin mizaçları, algısal seçicilikleri, yetiştirilme tarzları, ebeveyn tutumları, aldıkları eğitim, dini inançlar, alt kültürler, farklı kültürlerle etkileşim gibi birçok faktör sosyal karakter oluşumuna etki eder. Bununla birlikte tarihsel birikimin ifadesi olan bir kültürü yaşamak toplumun her bir üyesinde az veya çok benzer özellik ve yönelimleri ortaya çıkarır.

Çalışmamızın amacı yönetim literatüründe üzerine yeterince odaklanılmamış olan Türk sosyal karakterini, öne çıkan özelliklerini ve yönetim ilişkilerine etkisini belirlemeye yönelik kuramsal bir çözümleme yapmaktır. Çalışma öncü niteliğiyle; konuya ilişkin yapılabilecek saha çalışmalarına kuramsal katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

## 2. TÜRK SOSYAL KARAKTERİ

Anadolu'nun son bin yılında hâkim unsur olan Türk toplumu oluşturduğu kurumsal yapılarla, diğer kültürleri etkilemiş ve toplumsal yapıya yön vermiştir. Türk kültürü, Selçuklu ve Osmanlı döneminde çok kültürlü Anadolu toplumunun ana rengi olmuş, Cumhuriyet modernleşmesinin Türk milliyetçiliğine dayanan ulusalcı politikalarıyla birlikte ise egemen kültür konumuna gelmiştir. Bu egemen kültür toplumu oluşturan insanlar arasında benzer davranış ve tutumların sergilendiği ortak bir toplumsal karakter doğurmuştur.

Ergun'a göre yaşanan tarihsel sürecin bir sonucu olarak Türk kültürü merkezde olan, Türkiye'nin egemen kültürüdür. Türk kültür yapısı, etnik kökenleri ve inançları farklı da olsa bütün vatandaşlar için benzer özellikler, ortak bir toplumsal kişilik oluşturmaktadır (Ergun, 2000, s. 182). Türklük etnik özelliklerin ötesinde binlerce yılın birikimiyle biçimlenen bir zihniyet, bir dünyayı algılama tarzıdır. Türkler tarihin hiçbir döneminde ırkçı olmamışlardır. Farklı coğrafyalarda devlet kurabilmelerinde en büyük etkenlerden biri de bu özellikleridir. Tarih boyunca Türkler girdikleri her coğrafyanın yerli halklarıyla evlilik ilişkileri kurarak kaynaşmış, irki özellikleri değişmiş ve zenginleşmiş bir toplumdur.

Açık tenli, sarışına yakın kumral olan eski Türkler'in gözleri çekik değil badem şeklindeki ve elmacık kemikleri de çıkık değildi. Türkler yurtlarını değiştirdikçe yeni yerleştikleri yerlerin halklarıyla kolayca karışmış, zamanla onların fiziki özelliklerini almışlardır. Doğu ve kuzeye göçenler, Moğol; batıya yönelenler İran, Arap, Kafkas veya Slav halklarının beşeri biçimlerini almışlardır (Duralı, 2018, s. 40). Bu nedenle Türklerde davranışlara yön veren biyolojik-irki özelliklerden çok kültürel değerler olmuştur. Türklük irki olmaktan çok kültürel bir bağdır; farklı etnik dokudan veya kültürden gelse de insanların dünyayı aynı kültürel değerlerin penceresinden okumasıdır.

Türk sosyal karakteri üzerine yapılan çalışmalar daha çok literatür taramalarına, tarihsel gözlem ve deneyimlere dayanmaktadır. Roux, Uygurlardan Osmanlı İmparatorluğu'na kadar Türklerin binlerce yıldır değişmeyen ortak karakter özellikleri olarak şu nitelikleri ifade eder: Maddi ve manevi sağlamlık, onura verilen önem, verilen söze sadık kalmak, ihanet edenlere karşı acımasızlık, ırkçılığın olmaması. Askeri toplumsal örgütlenmenin doğurduğu; gözü peklilik, kendisinin ve başkalarının hayatını hiçe saymak, savaşımlar arasında dayanışma ve üste kesin itaat (Roux, 1991, s. 19). Duralı'ya göre ise, dil ve devlet şeklinde teşkilatlanabilme, ordu yönetme becerisi ve ırkçılıktan, soy saplantısından uzak olma Türklerin tarih boyunca süreklilik gösteren temel özellikleri olmuştur (Duralı, 2018, s. 31).

Bir toplumdaki halk oyunları o toplumun sosyal karakterini anlamada önemli bilgiler sunar. Türkiye'nin farklı bölgelerinde oynanan Zeybek, Horon, Bar ve Kafkas halk oyunlarında;

dayanıklılık, güç, cesaret, yiğitlik, eril hareketler ve savaşçı karakter gibi ortak unsurlar öne çıkar. Halk oyunlarımızdaki Karadeniz Uşağı, Erzurum Dadaşı, Ege ve Ankara Efesi figürleri bölge insanının; yiğitlik, mertlik ve yardımlaşmayı temsil eden savaşçı imgesinin halk oyunlarında canlandırılmasıdır.

Mikusch, 1929 yılında yazdığı *Gazi Mustafa Kemal, Asya ile Avrupa Arasındaki Adam* adlı eserinde Türk sosyal karakterine ilişkin şu değerlendirmeleri yapar:

“Türk bekleyebilme yeteneğine sahiptir. Sabrı taşmadan bekleyebilir. Soğukkanlıdır, çevresindeki dünyayı pek az umursar. Azla yetinme gücüne sahiptir ve tokgözlüdür. Köylü alışkanlıklarından kaynaklanan yalın bir alçakgönüllülüğü vardır. Yoksulluğa katlanmada, hiç bitmeyecek gibi görünen sıkıntılara, aksiliklere dayanmada, hiçbir şey yapmadan durabilir. Daha az düşünür, bu nedenle çaresizliğe daha kolay rıza gösterir. Sabırlı bekleyişini, yazgının bir belirtisi olarak görür (Mikusch, 2000, C. 4, s. 5-6).”

Anadolu köylüsünün, yaşamındaki sadelik, iddiasızlık, kanaat ve fedakârlık siyasi ve ekonomik buhranlara dayanmasında ona güç veren manevi unsurlar olmuştur (Tezcan, 1997, s. 192). Sabrederek direnmek Türklerin karakteristik özelliğidir. Türkler büyük zorluklara, ani değişimlere karşı inanılmaz bir sabır ve metanet gösterirler (Göka, 2009, s. 148). Göka'ya göre Türklerin tarih içerisinde süreklilik gösteren temel özellikleri; parçalı toplum yapıları, savaşçılıkları, güçlü aile ve akraba bağları, ilişkilerinde sözlü kültürün baskınlığı, paraya ve rasyonaliteye değil potlaca dayanan kültür özellikleri, ırkçı olmamaları, dinsel hoşgörülerini ve uygarlıklar arasında aracı olmalarıdır (Göka, 2010, s. 154; Göka, 2006, s. 203).

İkinci Dünya Savaşı başlangıcındaki bir İngiliz istihbarat raporunda Türklerin karakteristik özellikleri şöyle tanımlanır:

“Türkler doğal bir onur, kendini denetleme ve kibarlık mirası almışlardır. Yalnız, adaletsizlik ve hakarete şiddetle tepki gösterirler. Büyük kişisel cesaret, yiğitlik ve güvenilen lidere bağlılık gösterirler. Gururlu, inatçı, hiyerarşiye saygılı ve ağzı sıkıdırlar. Tehditlere tepkisiz kalmayan Türkler, saldırıya geçmekte çabuk, ancak dostlukta kalıcıdırlar. Ne var ki bu askeri nitelikler, ilerlemeyi de sınırlar. Sultanın divanında olduğu gibi, kişisel başarı güçlünden ihсан almaya bağlı kalır (Rubin, 1989, s. 24).”

Hotham Türklerin öne çıkan ayırt edici meziyetlerinin; onur, içtenlik, nezaket, misafirperverlik, fizikî cesaret ve dayanıklılık olduğunu belirtir (Hotham, 2000, s. 53). Türkler cana yakın, heyecanlı, kuraldışı olmayı seven bir millettir (Bozkurt, 2014, s. 136). Misafirperver, pratik zekâlı, yardımsever, cengâver ve kolay aşka gelen insanlardır. Doğalarında ırkçılık yoktur. Türklerin çoğu, duyguları ne olursa olsun, kendilerine hakaret edilmediği ve dokunulmadığı sürece farklı din, mezhep ve ırklara karşı nazik ve hoşgörülüdür (Tekinalp, 2015, s. 35).

Türk insanı ikram etmeyi sever. Diğerine ikram etme davranışı çoğu zaman sınırlarını aşarak gelirle orantısız cömertliklere, güç gösterisine ve gösterişe dönüşebilir. Göçebe Potlaç anlayışının ilişkilerdeki yansımaları olarak yardımlaşma; nişan, düğün, sünnet, yeni ev alma, bayram gibi olaylarda karşılıklı hediye alışverişi olarak kendini gösterir. Türklerde hayırseverlik, yardımlaşma, misafirperverlik, hoşgörü değerlerinin biçimlenmesinde İslam dininin önemli etkisi olmuştur. Toplumun genelinde merhamet ve acıma gibi duygusal yönler özellikle güçsüzlere, kadınlara ve çocuklara yönelik yardım davranışlarında kendini gösterir (Tezcan, 1997, s. 232). Türkler kendinden bir şeyler isteyene karşı oldukça duyarlıdır. Düşküne acır, ona yardım eder. Yalnız bu durum kısa sürelidir. Uzun dönemli sosyal

amaçlara yönelik, sosyal sorumluluk isteyen meselelerde planlama ve katılım düzeyleri son derece düşüktür (Tekinalp, 2015, s. 46).

Ergun'a göre, Türk halkının çoğunluğu: Esneklikten yoksun, baskıcı bir eğitimle yetişir, korkuyla biçimlenir. Çoğunluğu başta *devlet korkusu* olmak üzere, *düşman korkusu*, *bölünme korkusu*, *kaybetme korkusu* gibi birçok korkuyla çevrilmiştir. Erkek egemen kültürle koşullanmış, topluma ve devlete bağımlı insanlardan oluşur. Devlet otoritesinin üstün tutulmasından yanadır. Değer sistemini hiyerarşik ilişkilerde yaşar. Etnik ve dinsel kimliklere önem verir. Nemelazımcıdır, sorunlar karşısında öne geçme ve toplumsal sorumluluk duygusu zayıftır. Birbirine benzemeyi çok sever, ayrı durmaktan korkar. Tehditten çabuk etkilenir. Belirli koşullarda hoşgörülü ve uzlaşmacıdır. Aileye, geleneklere bağlı ve misafirperverdir. Eğlenmesini bilmekle beraber hüznü neşesinden daha yoğundur (Ergun, 2000, s. 177-178).

Ortaylı'ya göre Türk insanının merak duygusu zayıftır. Türk toplumunda ilmi araştırma niteliğindeki merak duygusu, çok az insana has olan bir özelliktir (Ortaylı, 2007, s. 10). Türk insanı bilmediğini ifade etmekten, bilmediği yerde öğrenmek için soru sormaktan korkar. Toplumun büyük çoğunluğunda; bilmediğinin farkında olma, olayların nedenlerine inme, soru sorma, analiz etme, somut delil üretme gibi araştırma becerileri yeterince gelişmemiştir. Genellikle ortalama Türk insanı derinlemesine olmaktan çok yüzeysel düşünür. Seçimlerini akılcı analizlerden çok sezgisel ve duygusal olarak yapar.

Günümüz toplumsal ilişkileri değerlendirildiğinde genel olarak Türk insanı kendinden çok çevresindeki insanları değiştirmeye çalışır. Başarının kaynağını bilgi, ehliyet ve yetkinlik yerine, etkili bir çevreye sahip olmaktan görür. Planlı çalışmak yerine, düzensiz çalışmaya yatkındır. Azimden çok şansı önceler. Uzun dönemli düşünmek yerine, günü kurtarmaya çalışır. Kolay olana, daha önce denenmiş ve yapılmış olana yönelir. Sürekli öğrenmek, kendini yenilemek yerine, başkalarının yaptıklarını yinelemeyi tercih eder. Sorunları doğrudan söylemek yerine, dolaylı söyler. Daha çok söylemez, söylenir. Hayatının sorumluluğunu üzerine almak yerine sorumluluğu kendi dışındaki, kurum, olay ve güçlere yükler. Duygular içinde hüznün, neşe ve umuttan önce gelir. Olayları değerlendirirken duyguları daha ağır basar. Olumsuz durumlara iyimser ve etkin yaklaşımdan çok karamsar ve tepkisel yaklaşır. Yeni bir alana yönelirken nasıl yapabileceğini düşünmeden önce neden yapamayacağını düşünür. Fırsatlardan çok tehditlere, yetkinlikten çok zayıflıklara odaklanır (Toktamışoğlu, 2004, s. 76).

Baltaş 2001 yılında 317 yöneticinin katılımıyla Türk insanının ayırt edici özelliklerini belirlemeye yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmaya katılan yöneticilere göre Türk insanının öne çıkan olumlu özellikleri seçilme yüzdeleri oranlarına göre; duygusal, yardımsever ve sıcakkanlı olmasıdır. Gelenekçi olmak, yöneticiler tarafından nötr bir özellik olarak değerlendirilmiştir. Olumsuz özellikleri ise seçilme yüzdeleri oranlarına göre; fevri ve asabi, kadercı, acelecı, dedikoducu, disiplini sevmeyen ve kaytarmacı olması şeklinde sıralanmıştır (Baltaş, 2005, s. 46-49). Katz Türk insanının iş yapış tarzına ilişkin şu değerlendirmelerde bulunur. Türkler, aynı anda birden çok eylemin peşinde olur ve paralel hedeflere odaklanırlar. Türkler, diğer takımın üyeleri arasındaki anlaşmazlıklardan çok iyi yararlanırlar. Takımların yönetiminde her bir üyenin açıkça tanımlanmış rollerle uyumlaştırılması hayati önem taşır. Bir ekip üyesinin değiştirilmesi yeni bir ilişki geliştirme sürecinin başlamasını gerektirir. Bu nedenle bundan mümkün olduğunca kaçınılmalıdır (Katz, 2017, s. 2, 4).



Türk kültürünün insanların zihnindeki biçimlenmesi olan Türk sosyal karakteri toplumdaki ilişkiler ve iş yapış tarzlarında kendini göstermektedir. Kişilerin davranışlarını etkileyen bu ortak zihinsel program; bazen sıkıştığında neler yapacağı tahmin edilemeyen bir toplumsal güç olarak bazense toplumsal gelişime ket vuran, kendi varlığını frenleyen engeller olarak kendini gösterebilmektedir.

### 3. GELİŞİMİ FRENLEYİCİ TÜRK SOSYAL KARAKTERİ ÖZELLİKLERİ

Türk toplumunun günümüze ulaşan ilk yazılı kaynakları Göktürk Devleti kurucuları tarafından 732 ve 735 tarihlerinde diktirilen Orhun Yazıtları'dır. Bu yazıtlarda devletin kurucuları Kültigin ve Bilge Kağanın ağzından toplumsal çözülmeye neden olan Türk karakter özellikleri olarak; güçlü düşman medeniyete öykünme ve ona duyulan hayranlık, toplumsal hafıza zayıflığı yaşadığı olayları çabuk unutma, çok parçalı toplumsal yapı bütünlüğü oluşturmada zorlanma ve kardeş kavgaları boylar arası çatışmalar vurgulanır.

“Çin milletinin sözü tatlı, ipek kumaşı yumuşak imiş. Tatlı sözle, yumuşak ipek kumaşla aldatıp uzak milleti öylece yaklaştırmış. Yaklaştırp, konduktan sonra, kötü şeyleri o zaman düşünürmüş... Tatlı sözüne, yumuşak ipek kumaşına aldanıp çok, Türk milleti öldün; Türk milleti, öleceksin!

Türk milleti, tokluğun kıymetini bilmezsin. Açlık, tokluk düşünmezsin. Bir doysan açlığı düşünmezsin. Öyle olduğun için, beslemiş olan kağanının sözünü almadan her yere gittin. Hep orda mahvoldun, yok edildin.

Beyleri, milleti ahenksiz olduğu için, Çin milleti hilekâr ve sahtekâr olduğu için, aldatıcı olduğu için, küçük kardeş ve büyük kardeşi birbirine düşürdüğü için, bey ve milleti karşılıklı çekiştirdiği için, Türk milleti il yaptığı ilini elden çıkarmış... Türk Beyler Türk adını bıraktı. Çin adını tutup Çin kağanına itaat etmiş...” (Ergin, 2013, s. 13-15).

Göktürk Hakanı Bilge Kağan'dan bin yıl sonra bir dış göz; Osmanlı Devleti'nin son döneminde on dört yıl Trabzon'da İngiliz konsolosluğu yapmış olan Elçi Logdvurd, Türk karakterindeki çatışmacı yapı nedeniyle bir amaç etrafında toplanamama özelliğine dikkat çeker:

“Siz Türkler bireyden bireye iyi insanlarsınız, fakat toplumsal bütünü pek kötü. Biz Frenkler ayrı ayrı pek kötü adamlarız, fakat toplum bütünü olarak iyiyiz (Shirer'den Aktaran, Bozkurt, 2014, s. 120).”

Edebi eserlerinde tarihsel ve sosyolojik çözümlenmeleriyle öne çıkan Kemal Tahir de, Türk toplumunun gelişimini frenleyen özellikler olarak kendi içindeki parçalanmışlığa, ayrışma ve çatışmaya dikkat çeker.

“Biz kalbimizin fesatlığından battık. Rus'un Çarı 'Osmanlı'yı top yıkamaz, fesatlık yıkar' demiş (Tahir, 1969a, s. 279). Balkan Harbi'nden beri hep aynı der! Rumeli-Anadolu ayrılığı... İttihatçı -İtilafçı ayrılığı... Müslim-gayrimüslim ayrılığı... Seferberlikte, ordudaki Alman-Osmanlı çekişmesi... Türklük-Araplık davası... (Tahir, 1977, s. 448).”

Türk insanındaki otorite ve güç arayışı, yönetme ve hâkim olma eğilimi, ortak bir değerler sisteminde birleşilemediğinde toplumsal bütünlüğe zarar veren bir iktidar mücadelesine dönüşebilmektedir. Grupsal dayanışma toplumsal bütünlüğün önüne geçerek ayrışma ve çatışmaları doğurmaktadır. Türk insanındaki bazı sosyal karakter özellikleri yönetim ilişkilerinde ve toplumsal gelişimde yavaşlatıcı ve frenleyici bir rol oynamaktadır.

**Tablo 1. Gelişimi Frenleyici Türk Sosyal Karakteri Özellikleri**

Sıra	Frenleyici Özellikler	Temel Nedenler	Olası Sonuçlar
1	Hüzün	Göçler, savaşlar, kıyımlar, kıtlıklar.	Acıyı yüceltme, mağdurun yanında yer alma.
2	Kişi ve Olaylara Duygusal Yaklaşım	Akılcı analiz yerine duygu ve sezgilere öncelik verme, acecelilik, özden çok şekli değerlendirme.	İlkeler yerine kişileri tartışma, sorunları kişiselleştirme, ötekini suçlama.
3	Uçlara Eğilim	Otoriteyi yüceltme, itaat ile isyan (özgürlük) arasındaki gerilim.	İnsanları aşırı uçlara göre sınıflandırma, toplumsal sinerjinin zayıflaması.
4	Kısa Vadeli Zaman Algısı	Uzun süreli göçebe ve kırsal yaşam tarzı.	Kısa vadeli düşünme, bütünsel ve uzun vadeli planlamada zayıflık.
5	Planlama ve Uygulama Zayıflığı	Uzun süreli göçebe yaşam tarzı, düzensiz çalışma alışkanlığı, acecelilik, başarı ve çokluğa nitelikten fazla önem verme.	Problemlerin krize dönüşmesi, kaynak israfı, atalet, yeteneğin engellenmesi.
6	Pratik Zekâ	Zorlu yaşam koşulları, göçler, göçebe yaşam, otorite baskısından kaçma.	Bütünsel olmayan günü kurtaran anlık çözümler, işin kolayına kaçma, kuralları esnetme, suiistimal.
7	Taklit	Hızlı sonuca ulaşma eğilimi, akılcı analizlerden kaçınma, yetersizlik duygusu, denenmiş olana güven, riskten ve belirsizlikten kaçınma.	Değerlerden uzaklaşma, ilkeleri esnetme, bağımlılık, kazanma hırsı, israf, aşırı tüketim.
8	Gururla Yetersizlik Arasında	İmparatorluktan ulus devlete geçişi, galipken mağlubiyeti kabullenememe.	Kendi gücünü abartma, gerçekçi olmayan değerlendirmeler, baskı karşısında geçmişe sığınma.
9	Otoriterlik Güce Eğilim	Güçlü devlet geleneği, ataerkil aile yapısı, grup dayanışması, sözlü kültür, geçmişte göçebe ve kırsal yaşam tarzı.	Hiyerarşik ilişkiler, güce ve makama saygı, katı merkeziyetçilik, öz kontrol zayıflığı, otorite kaynaklarına bağımlılık.
10	Zayıf Güven Duygusu	Savaşlar, kıyımlar, kardeş kavgaları, göçler, grup dayanışması, siyasi ve ekonomik krizler.	İşbirliğinde zayıflık, toplumsal sinerji oluşturamama, ekip çalışmasında zayıflık, kıskançlık, yetenekli olanı engelleme, dolaylı iletişim.
11	Eleştiriye Tahammülsüzlük	Zayıf güven duygusu.	Eleştirenleri dışlama ve suçlama, hataları örtme, gerçeği çarpıtma, riyakarlık, dedikodu.

12	Gösteriş Düşkünlüğü	Güç arayışının güvensizlikle birleşmesi.	İhtiyaç dışı tüketim, aşırı kaynak israfı, sermayenin yatırıma değil servete dönüştürülmesi.
13	Öz Denetim Zayıflığı	Otoriter, hiyerarşik ilişkiler.	Otorite yokluğunda kurallara uymama, kamu malına zarar verme, hakları gasp etme.
14	Saldırganlık Eğilimi	Geleneksel değerlerin çözülmesi, modernleşme, güvensizlik, otorite ve gücü yüceltme, bastırılmış duygular.	Problemleri saldırgan davranışlarla çözme eğilimi, şiddet ve suçların yükselmesi.

### 3.1. Hüzün

“Bizim millet acıya alışmış... Biz hepimiz bahtsızlığa o kadar alışmışız ki, sevinç anormal geliyor. Bilmez misiniz, bizde yüksek sesle gülmek ayıpların başında sayılır. Hele çocuklar için... Sonra hocalar bize cennetin sevinçleri yerine durmadan cehennemi belki de bu sebeple anlatırlar (Tahir, 1969b, s. 232).”

Türkiye toplumu; savaşlar, göçler, yoksulluklar ve çaresizlikler içinde yoğrulmuştur. Bu nedenle insanımız eğlenirken bile hüznünlü şarkı ve türkülere yer verir (Tezcan, 1997, s. 235). Türk insanı kendini üzüntüye bırakmaya yatkındır. Şarkılarının büyük bir çoğunluğu, hüznünlüdür (Hotham, 2000, s. 44) Türk sanat müziğinin ana konuları aşk, hüznü ve hasrettir (Güriz, 2008, s. 121). Hüznü Türkiye insanının ayırıcı bir özelliğidir.

Hüznü şiir geleneğimizin de en belirgin çizgisidir. Ahmet Haşim, *melali anlamayan nesle aşına değiliz*, Hilmi Yavuz, *hüznü ki en çok yakışandır bize*, Süreyya Berfe, *şirim hüznümün içinde yaşar* der (Ergun, 2000, s. 156).

Toplumun çok farklı kesimlerince dinlenen arabesk veya pop müziğinin şarkı sözleri de çoğunlukla acı çeken, aşkına ihanet edilen, terkedilen, dünyadan umudunu kesmiş kadın ve erkeklerin hikâyeleridir (Tekinalp, 2015, s. 72).

Acıyla dost, acıyla yoldaştır Türk insanı. Acı çektikçe mutlu olmaya yönelik bir eğilim gösterir. Türk toplumunda acılara karşı koyma, acılara direnme daha çok acıdan geçer (Bozkurt, 2014, s. 245, 248). Türk siyasal yaşamı da acıyla yoğrulmaya düşkünlüdür. Mağdurun yanında yer almak Türk seçmenin temel bir yönelimi olmuştur. Türk seçmeni mağdur olduğuna inandığını iktidara yükseltir.

### 3.2. Kişi ve Olaylara Duygusal Yaklaşım

“Türklerde genellikle hayallere ağırlık vermek, gönülden geçen istekleri gerçekmiş gibi ele almak, her şeyi oldukları gibi değil de, düşünmüş oldukları gibi görmek ve yanıldıklarını anladıkları zaman, bundan kolayca bir kendini beğenmişlik haline geçmek eğilimi vardır (Mikus, 2000, C. 2, s. 20-21).

Bana kalırsa, Türklerin *Doğulu* yanlarından biri de, ilkeler yerine kişilerle uğraşmaları, kişisel sevgi ve kinlerinin etkisinde kalmadan, soğukkanlı yargılara varamamalarıdır (Hotham, 2000, s. 115).”

Sağduyu tedbirli olmayı, düşünmek için zamanı iyi kullanmayı, olayları akla vurup sonuca varmayı gerektirir. Oysa Türkler de duygusal ve aceleci eğilim baskındır. İnsanımız, karşı tarafı iyice dinleyip, düşüncelerini muhakeme ederek değerlendirmekte zorlanır. Türk’ün

kalbi de kafası da aynı frekansta işler. Zevk alıyorsa hayrandır, hayransa zevk alıyordur (Tekinalp, 2015, s. 28,102). İster sokakta isterse mecliste olsun Türk insanı birbiriyle ilkelerle değil, sembollerle kavga eder. Nefret ettiğinin sevmediğini sever ya da nefret etmez. Nefret ettiğinin sevdiğinden nefret eder ya da sevmez. Türk'ün sevmediği bir kişi veya kurum bir şeyi iyi veya kötü olarak dayatıyorsa, Türk hiç sorgulamadan onun tam aksini düşünmek veya yapmak eğilimindedir (Tekinalp, 2015, s. 16-17).

Türk toplumunda genellikle ilişkilere mantıklı değerlendirmelerden çok duygular egemendir. Olayları değerlendirirken derinlemesine analiz yapmak yerine yüzeysel tartışır ve kişiselleştiririz. İlişkileri daha çok dostluk ve düşmanlık kavramları yönlendirdiği için taraflar gruplara ayrılır. Davranışlar “biz ve onlar” olgularına göre yapılandırılır (Tezcan, 1997, s. 234). Günlük ilişkilerde, dostlardan seilmeyen kişilere karşı tavır koyması istenir. Topluluktan iki kişi arasında derin anlaşmazlık olduğunda, birinin seçilip öbürünün dışlanmasına dek varılır.

Toplumumuzda kişiler arası ilişkilerden, siyasi ilişkilere kadar baskın olan mantıktan çok duygusal yaklaşımdır (Bozkurt, 2014, s. 227). Değerlendirmede duygusallığın öne çıkması yönetim süreçlerinde insanların alıngan tutumlar sergilemelerine neden olmakta (Tekinalp, 2015, s. 20), hemen hemen iktidara gelen her parti, bu vatani en çok kendilerinin sevdiğini ve koruduğunu göstermek için rakiplerini vatan hainliği ve düşmanla işbirliği yapmakla suçlayabilmektedir.

### 3.3. Uçlara Eğilim

“Bir Türk, dost olursa, çok içten bir dost olacak anlamına gelir. Aslında, Türklerin ya dostu, ya da düşmanı olabilirsiniz: Tarafsız, objektif olmak imkânsızdır. Öyle bir şeye kalkışacak olursanız, hele kritik dönemlerde, ya kaypak, ya da ikiyüzlü olmakla suçlanırsınız (Hotham, 2000, s. 49).”

Türkiye’de yaşamının özelliklerinden biri de uçlar arasında gidip gelmedir. Bugün göklere çıkarılan, ertesi gün beş para etmez olabilir. Türkler’in yedi düvele bedel olduğunu söyleyen bir kişi, başka bir gün adam olamayacağımızdan yakını (Vassaf, 2008, s. 69). Türkler için gri renk olmadığından her şey siyah ve beyaz olarak görülür. Bir şey ya iyidir ya da kötü, arası yoktur (Tekinalp, 2015, s. 26).

Türklerin iktidarla kurdukları ilişkileri itaatle isyan, mekânla kurdukları ilişkileri de sebatsızlıkla sabır arasında gidip gelen çelişkili bir ruh haline yol açmıştır (Göka, 2009, s. 148). Otoriteyi yüceltmeyle olayları değerlendirmede aşırı uçlara eğilim gösterme arasında pozitif bir ilişki vardır. Aşırı otoriter davranışlar gösteren kişiler olay ve kişileri (zengin-yoksul, doğru-yanlış, siyah-beyaz) gibi iki farklı kategoride değerlendirme eğilimindedir. Değerlendirmede ara değerler ve farklılıklar göz ardı edilir. Böyle kişiler esnek düşünmekte, hoşgörü göstermekte zorlanırlar. Ancak kendilerine benzeyen insanlara değer verir ve onlarla anlaşırırlar (Danesh'den aktaran Kulaksızoğlu, 2001, s. 122-123). *Ya bu deveyi güdersin ya bu diyardan gidersin, kırk katır mı kırk satır mı? ya iş beğen ya yer beğen, beğenmiyorsan işte kapı işte sapı, ya sev ya terk et* toplumsal ilişkiler içinde çok sık duyulan ve ilişkilerimizde aşırı uçlara eğilimi yansıtan deyimlerimizdir.

İnsanımız genellikle iki seçeneğin dışında bir üçüncüsünü düşünmeme eğilimindedir (Tezcan, 1997, s. 235). Toplumumuzda olayları ve insanları anlamaktan çok; *iyi-kötü, doğru-yanlış, ilerici-gerici, melek-şeytan, sağcı-solcu* gibi iki uç arasına hapseden değerlendirmeler yapılır.

Mutlaka bir yanda olma ve o tarafın tüm ilke ve düşüncelerine katılma dayatması sonucunda, yenilik, birleştiricilik ve toplumsal sinerji yok edilir.

### 3.4. Kısa Vadeli Zaman Algısı

“Bu toplumda pragmatist tipler, uzun vadeli projelere fazla itibar etmiyor. Reformdan, üç senede meyvesini toplayacağı projeleri anlıyor... Bu köylü zihniyetidir. Küçümsemek için söylemiyorum. Köylü tabiatla mücadele halindedir ve karnını doyurmak zorundadır. Elli sene sonra meyve verecek ağaçla değil, üç senelikle uğraşır. Bizde de böyle bir hava var. Hiç kimse; yirmi senede netice verecek bir okulla uğraşmaz, ne bakan, ne de bir bürokrat (Ortaylı, 2007, s. 12).”

Zamanın kullanımı alanında toplumlar arasındaki farklılaşmayı saptamanın en kolay yollarından biri, insanların *dakiklik* konusundaki davranışlarını gözlemektir (Kartarı, 2014, s. 198). Örneğin, Alman kültüründe bir görüşmeye en çok beş dakikalık bir gecikme hoşgörüle karşılanırken, Türk kültüründe bu yarım saate kadar çıkabilmektedir.

Türk toplumunun günlük yaşamında zaman kesinliği bulunmaz. Bu durum kişinin bilincine göre belirlenmiştir ve kişiden kişiye değişir. Kısa bir süre için işyerinden uzaklaşmak durumunda kalan işletmeci kapıya *hemen geliyorum* türünden bir uyarı asar. *Hemen*'in ne zaman olduğunu kimse bilmez.

İnsanımızın, trafikte aceleci, sabırsız, hız tutkunu bir tablo sergilemesine rağmen zamanı akılcı değerlendirme alışkanlığı bulunmaz. Ülkemizin kırsal kesiminde zaman genellikle esnek algılanan bir süreçtir. Zaman ölçümü saat ve takvimden çok, gün doğumu, gün batımı, kuşluk vakti, ikindi vakti, ürün ekimi, hasat, bayram, koç katma, cemre gibi günün, ayın, yılın, farklı zaman dilimlerine göre belirlenir (Bozkurt, 2014, s. 206-209). Türk toplumunda zaman, çok küçük parçalara bölünmez. Genelde Türk insanı, zamanı küçük birimler olarak algılamaz. *Beşi beş geçe* yerine *beş civarı* ya da *beş, beş buçuk* gibi esnek zaman tanımlamaları yapar (Sargut, 2015, s. 71).

Toplum yapımızda genel anlamda zamanı planlı ve tutumlu kullanma alışkanlığı gelişmemiştir (Bozkurt, 2014, s. 208). Bunun bir sonucu olarak telefonla yapılan iş görüşmeleri sohbete ve dertleşmelere dönüşür. Uzayan telefon konuşmaları kurumların hem zamanını hem parasını tüketir. İşyeri ziyaretleri de bir tür çay sohbetine dönüşür. Ziyaretçi, çalışanın iş yerindeki konumunu umursamaz. Arkadaşıysa çalışma ortamında da ondan aynı ilgiyi bekler. Gereksiz zaman kullanımının işten, emekten, başkasının hakkından çalmak olduğunu düşünmez.

### 3.5. Planlama ve Uygulama Zayıflığı

“Türk milleti kahramandır, hayatını feda etmek lazım geldiği zaman, ne çoluğunu ne çocuğunu düşünür, ölüme gitmekte tereddüt etmez. Fakat eğer Türk milletine dersiniz ki, gelecekte başımıza gelmesi muhtemel bir tehlikeyi önlemek için, her gün bir kuyudan bir kova su çekeceksiniz; o zaman durur, belki bir iki gün bu suyu hatır için çeker, sonra yavaş yavaş bu görevi ihmal eder... Ta ki tehlikeyle karşılaşınca kadar. İsmet İnönü. (Baban'dan Aktaran, Bozkurt, 2014, s. 133).”

Türk insanı genelde çalışkandır. Tembellik ve aylaklıktan hoşlanmaz. Kazanç umudu gördüğü yerde emeğini esirgemez. Türk halkının işten soğumasının nedeni, bilinçsiz ve düzensiz çalışma alışkanlığıdır. Gerçekte tembel değil, amaçsız çalışma nedeniyle yılığdır (Bozkurt, 2014, s. 186-187).

Türkiye’de uzun vadeli düşünme ve planlama kurumsal ve kişisel ilişkilere yeterince yerleşmemiştir. Plansızlık ve organize olmadan harekete geçme, toplum içinde bir erdem gibi değerlendirilir. Bu durum *kervan gide gide göçünü düzer, Türk’ün göçü yolda düzülür, Allah kuvvet versin hallolur, eyvallah yaparız, bir başlayalım da gerisi gelir* atasözleri ve deyişleriyle meşrulaştırılmaya çalışılır. Plansız ve yeterince organize olmadan sonuca ulaşılmaya çalışılır, çokluğa kaliteden daha fazla önem verilir. Bu durum eğitim, yönetim, şehirleşme ve ekonomiye kadar her alanda kendini gösterir. Ergin, *Türkiye Eğitim Tarihi* adlı eserinde eğitimin modernleştirilmesine de yansıyan bu özelliği şu ifadelerle resmeder:

“İkinci Meşrutiyet devrinde kemiyete çok ehemmiyet verildiği için miktar itibarıyla çok mekteplerimiz oldu. Fakat bu bir ilerleme midir? Ben bunda tereddüt ediyorum. Tanzimat ve Birinci Meşrutiyet devirlerinde bakanlığın bir fikri takibi yoktu. İkinci Meşrutiyet devrinde hiç olmazsa bir fikri takip uyandı. Fakat hazırlıksızlık ve programsızlık devam etti. Fazla olarak bu devirde bence pek yanlış birkaç ilke de hüküm sürdü.

Çokluğa fazla önem verilerek keyfiyet ihmal edildi... Asıl iş başlamakta, iyi kötü başlamalı, iş kendi kendine yolunu bulur, düzelir dendi. Bu suretle ondan evvelki devirlerin hazırlıksızlığı ve plansızlığı da bir ilke haline getirildi.”

En mühim Maarif meselesi para meselesidir zannedildi. “Asıl iş parada, siz para bulunuz, ben muallimi Çin’den getirtirim” denildi. Bu ilkelerin hâkimiyeti maarifimize büyük zararlar verdi ve büyük fırsatları kaçırdı (Ergin, 1977, s. 1339).

Çoğunlukla insanımızın zengini de yoksulu da rahat yaşamayı sever. Her şeyin son derece düzenli olması insanımızı pek ilgilendirmez (Bozkurt, 2014, s. 135). Ülgener bu karakter özelliğinin yönetsel ve ekonomik hayata yansımaları şöyle ifade eder:

“Gücümüz yettiğince bol ve gösterişli tüketim, pahalı ve gösterişli arabalar, ev ve ofisler bugün de üretim çabamızın önünde ve ilerisindedir. İktisadi teknik karakter taşıması beklenen kuruluş yerinden, maliyet hesaplarına kadar birçok konuyu bir nevi el yordamı ile geçiştirmeye alışık bir ölçü gevşekliliği! Her şeyi nasıl olsa bir yolu yordamı bulunur havası içinde olurlarına bırakma alışkanlığı. Her şeyi kendi üstündeki ve dışındaki kuvvetlerle düzenlenmiş görme alışkanlığından gelen rahvet, yavaşlık ve ağırlık (Ülgener, 2006, s. 6).”

Türk insanının iş ve ilişkilerinde öne çıkan özelliklerinden biri de umursamazlık, uyuşukluk ya da ihmal olarak tanımlanabilecek davranışlarıdır (Hotham, 2000, s. 43). Genellikle yapılacak işleri sonraya bırakma ve işi hafife alma eğilimi içindeyizdir. Geleceğe ilişkin uzun vadeli planlamalar yapmayız. Genellikle yaptığımız planlara da uymayız. Bu eğilim halk arasında *yumurta kapıya gelince veya bıçak kemiğe dayanınca* ifadeleriyle karşılığını bulur.

Toplumda birçok insan hastalıklar iyice ilerleyince doktora gider. Birçok kazaların arkasında araçların bakımlarının yapılmaması, arızaların ihmali vardır. Bütçesini planlı olarak harcayan aile sayısı azdır. Olağanüstü durumlarda ne yapacağımızı bilemez, kredi almaya kalkarız. Bu durumun siyasal yaşamımızda da böyle olduğunu görürüz. Devlet kurumları ve belediyeler imar planlarının yapılması ve uygulanmasında genellikle düzensizdir. Yöneticiler değişince planlar değişir, birçok yatırım atıl konuma gelir veya yeniden yapılır (Tezcan, 1997, s. 180-181). Sonucunda devlet işlerinde olması gereken kalıcılık, verimlilik zincirinin halkası kopar. Yeni gelen yetkili, eskinin başlattığı çalışmayı sürdürmez, hatta bozar. Büyük bir emek ve kaynak israfı yaşanır. Aynı parti programıyla işbaşına gelen hükümetlerde bile bu eğilim devam eder (Bozkurt, 2014, s. 215-216). Bir bakan veya genel müdür değiştiğinde hükümet değişmiş gibi kadrolar, projeler değişir. Nitelikli projeler dolaplarda, yetkin insanlar danışman

kadrolarında tozlanır. Kaynaklar tükenirken, deneyimli yetkin insanlarda atalet içinde köreltilir.

Genellikle Türkler bir şeyi arzularlarsa, çabuk inanır, çabuk kızar, kararlarını acele alır, hemen işi bitirmek isterler (Tekinalp, 2015, s. 62). Demokrat Parti hükümetlerinde Sanayi Bakanlığı ve Başbakan Yardımcılığı yapmış olan Samet Ağaoğlu'nun söylediği “Biz yapalım da plan arkadan gelsin” ifadesi Demokrat Parti dönemine damgasını vurmuştur. Türk insanı yapacağı işi önceden planlayıp, hesaplayıp işe girişmek yerine *göç yolda düzelir* atasözünü ilke edinip, süreç içinde sorunların çözüleceği mantığıyla işe koyulur. Sorunlar çıkıp, daralma ve kriz başlayınca ise plansızlığının bedelini kayıp ve acılarla öder (Bozkurt, 2014, s. 215). Önlemler bir sel veya deprem gibi felaketler yaşandıktan sonra alınmaya başlanır ve olayın duygusal etkisi bittikten sonra da biter. Krizlere karşı önceden hazırlanma veya gerekli denetimleri yapma alışkanlığımız çok zayıftır. Plan yapılırsa bile kişisel ve grup disiplini içinde düzenli çaba göstermeyiz. Bir işe heyecan ve şevkle başlar yalnız sonunu getirmekte zorlanırız. *Türk gibi başla, İngiliz gibi bitir* deyiimi bu durumumuzu dile getirir (Tezcan, 1997, s. 180-183). Genelde risk almayı sever, kuralları pek önemsemez, onları aşmak için fırsat kollarız (Tekinalp, 2015, s. 97).

Planlı çalışma disiplin ve alışkanlık gerektirir. Türkler sıkıdüzen içinde çalıştıklarında verimli olurlar. En önemlisi de işin başında bu sıkı düzeni oturtma sorunudur (Bozkurt, 2014, s. 219, 134). Alman ve Japon toplumlarıyla aramızdaki ince ayırım da buradan kaynaklanır. Türk toplumu itaatli ama sıkı düzensiz, Alman ve Japon toplumlari hem itaatli hem sıkı düzenlidir.

### 3.6. Pratik Zekâ

Türk insanı pratik zekâlıdır. Çaresiz kaldığı durumlarda ucuz ve basit yöntemlerle çözümler bulma konusunda ustadır. Kavrayış ve kültürü doğrultusunda kendini hızla yeniliklere uyarlama özelliği vardır. Yaşantısına kolaylık getiren bütün teknolojileri hemen benimseyip kullanır (Tekinalp, 2015, s. 90-91). Türk toplumu, yeniliği üretmekten çok yenilikleri bünyesine almaya, kullanmaya ve dönüştürmeye daha eğilimlidir. Pragmatik, pratik ve kolaycı yapısıyla hızlı bir uyum becerisi gösterir (Güneş, 2010, s. 259, 274).

Türk pratik zekâsı toplumda genel olarak anlık çözümlere odaklanmış, elde var olan olanaklarla mevcut bir sorunu çözmeye yeteneğini ifade eder. Bu durum Türk toplumunun uzun süre bulunduğu tarihi-coğrafi koşulların ve zor yaşayış tarzının bir sonucudur. Pratiklik göçebe kültürün bir ürünüdür. Yokluk ve kaynak eksikliği ile doğrudan bağlantılıdır.

Türk usulü problem çözümünde iş yapılırken planlanır, işin nasıl yapılacağı yaparken öğrenilir. Başarısızlıkta ise kaderciliğe sığınılır, nasip ve kısmet kavramlarına atıf yapılır (Güneş, 2010, s. 265-266). Türk usulü problem çözümlerinde temel amaç mevcut problemin anlık tasfiyesi olduğundan, yeni çözümün yaratacağı çelişkiler çoğu zaman göz ardı edilir. Günü kurtaran ve durumu idare eden çözümler yeni problemler oluşana kadar uygun çözümler olarak görülür.

Türk usulü yaratıcılığın bir boyutu da sistemdeki mevcut açıklardan faydalanma potansiyelidir (Güneş, 2010, s. 272). Türk toplumunda otorite baskısıyla karşılaşıldığında pratik zekâ; hile, aldatma ve işin kolayına kaçmaya dönüşebilir. Otoritenin baskısı arttıkça, işin kolayına kaçarak, bazen anlık kestirme yollarla, bazen de yalan ve hileyle çözüm üretme yoluna gidilir. Psikolog Atalay Yörükoğlu bu eğilimi “otorite, karşı çıkılmayacak, baş edilemeyecek kadar güçlü olduğu zaman kurnazlık elde kalan tek silahtır” ifadesiyle açıklar

(Yörükoğlu'ndan aktaran Tezcan, 1997, s. 188). İşin başında bir otorite olmadığı zamanda işi gevşetmek, işten erken ayrılmak, işe gelmemek halk arasında ifade edilen haliyle *araziye uyum sağlamak* toplum içinde sıkça karşılaşılan, zekânın suiistimal için kullanıldığı durumlardır.

Modernleşmeyle birlikte ilişkilerde davranışlara rehberlik eden, ahlaki değerler ve geleneksel kurumlar zayıflamıştır. Bunun bir sonucu olarak insanımızın pratik zekâsı kâr güdüsü ve yükselme arzusuyla birleştiğinde daha fazla yolsuzluğa, hileye, aldatma ve hırsızlığa dönük çıktılar üretebilmektedir.

### 3.7. Taklit

“Gözümüz Avrupa’da. Neden? Çünkü hâkim sermaye ve hâkim kültür orada. Osmanlı’nın dik başı ağır ağır eğildi. O gün bugün dışa bağımlıyız. Hep ikinci el fikirleri kullanırız. İhtilalleri bile dış destek olmadan yapamayız. Taklit içimize işlemiştir.

Kurduğumuz medeniyet esasen tarım toplumuna dayanıyordu. Biz sanayi kuramadık. Sanayi medeniyetini inşa edenlerin fikir ve eserlerini ya ithal ettik ya da taklit. Belki vahşi kapitalizmin kurduğu bu sanayi, bu medeniyet bizim inanç ve geleneğimize uymuyordu. Doğrusu bu... (Kutlu, 2009, s. 80, 119).”

Türkler taklide meraklı bir millettir, yalnız taklitte bile çok fazla derinliğine inmezler (Ortaylı, 2007, s. 164). Batı’dan devşirdiği kavramların önce içeriğini boşaltıp, sonra da onları baş tacı etmeyi çok severler (Ülsever, 2005, s. 7). Türk halkı görerek düşünüp, yaparak öğrenmeye eğilimlidir. Bir komşusu yapıp başarılı olmuşsa, ona özenip hiç araştırma yapmadan aynı işe girişir (Bozkurt, 2014, s. 88).

Kısa yoldan amaca erişmek eğilimi, bizi hazırcılığa alıstırmış, böylece taklitçilik özelliğimiz gelişmiştir. Avrupa ülkelerinden pek çok kanunu ithal etmiş, pek çok kurumu taklit etmişizdir. Medeni, Borçlar (1926) ve İcra İflas Kanunu’nu (1932) İsviçre’den; Ceza Kanunu’nu (1926) İtalya’dan; Ticaret (1926), Deniz Ticareti, (1929) ve Ceza Muhakemeleri Usul’ünü (1929) Almanya’dan; İdare Hukuku’nu (1929) Fransa’dan aldık. *Manevi göçebelik* olarak tanımlanabilecek olan taklitçilik sosyal ve iktisadi hayatın her aşamasında da gözlenebilir. Başarılı olmuş her ürünün arkasından taklitleri hayatımızın her alanında kendisini gösterir (Tezcan, 1997, s. 189). Türkiye toplumunun belirsizliğe toleransının düşük olmasına karşın örgütlerin ve yönetimlerin çalkantılı alanlarla baş edebilmesinde, başarılı olanları hızla taklit edebilme eğiliminin etkisi vardır. Özellikle özel sektörde faaliyet gösteren kurumlar başarılı kuruluşları taklit etme eğilimini bir tür stratejiye dönüştürmüşlerdir (Sargut, 2015, s. 160). Kişi veya kurum olarak eğer bir şeye karar verir ve inanırsak hızla uygular, hızla değişiriz. Bazen ilkesizlik derecesine varan müthiş bir esneme yeteneğimiz, kazanma ve başarı hırsımız var. Uyarılma ve uyum sağlama gücümüz yüksek. Değişime direnir, fakat çok da hızlı uyum sağlarız (Toktamışoğlu, 2004, s. 69).

Modern Batıya karşı tarihsel olarak geri bir konumda olan insanımız bu tarihsel geriliği aşmak için “en iyiyi, en güçlüyü ve en yeniyi izle” formülünü geliştirmiştir. Bu formül dış politikadan, bilim politikamıza kadar her alanda kendini gösterir (Göka, 2006, s. 177). Bu formül kendi medeniyet tarzımız değil, bir meydan okumaya karşı göçebe zihniyet yapısının başvurduğu bir savunma tarzıdır. Toplumumuz bir yandan dünyaya ayak uydurmaya çalışırken diğer yandan davranışlarının da giderek onlara benzeyeceğini bir türlü sindirememekte, beka kaygısına bir de milli benlikten uzaklaşma kaygısı eklenmektedir (Göka, 2010, s. 192).



Tarihsel geriliği, böyle bir formülle aşmaya çalışmak, bizi eski sosyalist ülkelerden daha ileriye götürmüştür (Göka, 2006, s. 178). Ancak ülke genelinde kurumsal düzeylerde standartları sağlamadan her yeni gelişmeye ayak uydurmaya çalışmanın sonucu, dev bir israf ve tüketim toplumu olmuştur.

### 3.8. Gururla Yetersizlik Arasında

“Türkiye, muazzam bir geçmişe sahip, çok yönlü, insanların hem konuksever hem de sert olduğu her şeyiyle şaşırtıcı, çelişkili, çilgin ve zaman ötesi bir ülkedir ( Villers, 2007, s. 12).

Türkler hiç bir zaman sömürge durumuna gelmemişler, başkalarının yönetilmemişler, tersine, hep başkalarını yönetmişlerdir. Ülkelerinde daima kendi başlarına buyruk oldukları içindir ki, bugünkü kişilikleri oluşmuştur... Asya çöllerinin etkisi Türkleri belirlemiş, bin yıl İslâmiyet, altı yüzyıl Avrupa ile uzak yakın yaşama da üzerlerinde etkili olmuştur. Bundan dolayı Türk, çok ilginç bir tiptir. Türkleri başka hiç bir ulusla karşılaştıramazsınız... Bir Türk genellikle zıtlıklarla doludur. Ruhunda yalnız Doğu ve Batı değil, ayrıca aşağılık kompleksi ile karışık yoğun bir kibir, yabancılara karşı aşırı bir konukseverlik biçiminde ortaya çıkan derin bir insan severlik, pohpohlanmaya karşı büyük bir merak ve başkalarının kendisi üzerine düşündüklerine karşı aşırı bir umursamazlık saklıdır. Böyle oldukları halde Türkler, nezaket, yardımseverlik ve içtenlik bakımından dünyada eşi olmayan bir ulustur. Öyle sanıyorum ki, Türkiye’ye ilk defa gelenler, önce bunlar karşısında çarpılırlar (Hotham, 2000, s. 36-38). Türklerin her üzerlerine gelene meydan okuyup, bütün dünyaya karşı çıkma yetenekleri hiç eksik değildir. “Bütün dünya silahlanıp da karşımıza gelse, hepsini ezeriz”, Türklerin anladığı bir dildir (Hotham, 2000, s. 52).”

Türk’ü Türk yapan en büyük özelliklerinden biri gururdur. Atalarından devraldığı zafer kazanma ve dünyaya meydan okuma genleridir. Türk yenilmekten veya yenilmiş gibi görünmekten hoşlanmaz. Sözle, duygusal çıkışlarla da olsa hep yenen olmak ister (Tekinalp, 2015, s. 28, 10). Bazı psikologlara göre misafire varını yoğunu ikram etmenin özünde, merhamet, yardım, övünme karışımı bir duygu eşliğinde, temelde başkalarından aşağı görülme kompleksi yatar. Yetersiz düşmemek isteği, başkalarının karşısına ben her şeye sahibim gösterisi şeklinde yansır. Türk’ün genlerinde yenilmek, aşağı görülmek ve acınmak diye bir duyguya yer yoktur. O her zaman iyidir, kimsenin karşısında ezik olmamalıdır (Tekinalp, 2015, s. 69). Türklerin kompleksleri daha çok *dış güçler* ve *Batı* karşısında ortaya çıkar. Batı insanına hayranlıkla bakar, ona benzetilmekten hoşlanır, müşteri talebini arttırmak için markalarına yabancı isimler koyar.

Büyük bir imparatorluktan ulus devlete, etkenken edilgenliğe, galipken mağluba sürüklenmek Türk toplumunun psikolojisinde derin izler bırakmıştır. Nizam-ı âlem ülküsüne sahip olan Türklerin, yenilgi karşısındaki hayal kırıklıkları çok büyük olmuştur (Göka, 2009, s. 273-274).

*Türk’ün Türk’ten başka dostu yoktur, Bir Türk dünyaya bedeldir, Ne mutlu Türk’üm diyene* deyişleri yaşadığı olumsuz deneyimlerle yüzleşmek yerine, bunu kendini küçük görenlere meydan okuma yoluyla bir tür terapiye dönüştürmektir (Tekinalp, 2015, s. 3). Psikolojide aşağılık kompleksinden kurtulmanın kolay yalnız onun kadar patolojik yolu, üstünlük kompleksine sığınmaktır (Vassaf, 2011, s. 9). Yedi düvel bize düşman ezikliğinin paranoyasından çıkıp, yedi düvele meydan okumaktır. Bugünün güçsüzlüğünü, geçmişin başarılarıyla övünerek aşmaya çalışmaktır. Üretilen bir değer, bir sistem olmadığında ise coşkunluğun ardından çöküntüyle baş başa kalmaktır.

### 3.9. Otoriterlik, Güce Eğilim

“Türkler, başka hiçbir ulusta rastlanmayacak biçimde devlet otoritesine karşı saygı beslerler. Buna karşılık bireysel özgürlüklerine karşı da aşırı düşkünlükleri vardır (Hotham, 2000, s. 38).”

“Bükemediğin eli öpeceksin.” Türk Atasözü.

Otoriteye bağlılık, bir yandan güçlü devlet geleneğinden diğer yandan sözlü kültürün hâkim olduğu kırsal hayattaki baba otoritesinden beslenmiştir. Otorite ve egemenlik, babanın ya da baba yerine geçen kişilerin üzerindedir. Bu nedenle tarımsal ilişkilerin yoğun olduğu sözlü kültürün algılanmasında devlet, baba rolüyle birleştirilmiştir. Savaşçılığımızı etkileyen etmenlerden birisi de komutan otoritesine tam teslimiyettir. Toplumumuzda otoriteye sorgusuz bağlılık, kişilerde kendiliğindenlik ve inisiyatif eksikliğini doğurmuştur.

Bürokratik yaşantımızdaki katı merkeziyetçilik otoriteye bağlılığın bir belirtisidir. Bütün öğretim kademelerinde sınavlarda gözcü bulunur. Astların en ufak bir işi yaparken bile üstlerine danışmaları, askerlikte bir iş yapılırken komutanın oradan ayrılmasıyla işin savsaklanması, trafik ışıklarının yanına bazı saatlerde trafik polislerinin de konması, otorite boşluğu olduğunda toplumda iç denetimin ve kurallara uymanın zayıfladığının örnekleridir (Tezcan, 1997, s. 216-219).

Otoriter kişilik yapısı; gücü elinde tutan üst konumundaki insanlara saygı duyma, alt konumunda olanları hor ve değersiz görme, eleştirilmeye tahammülsüzlük, öz eleştiriden kaçınma, kendisinin güçsüz ve beğenmediği yanlarını başkalarına yansıtma gibi özelliklerle kendini gösterir (İnceoğlu, 2004, s. 146). Ülkemizde resmi demokrasi görüntüsünün arkasında gizli olan otoriter kişilik yapısıdır. İster resmi ister özel olsun kurumsal ilişkilerde baskın olan; sorunları konuşup tartışarak çözmek yerine, bir güce veya yetkiye dayanarak kestirip atmak eğilimidir (Güvenç, 1997, s. 275).

Toplumumuzda hükmetmek, baş olmak, başkalarını yönetmek tercih edilen bir davranıştır. *Mühür kimde ise Süleyman odur* atasözü, hükmetmeye, mevki ve unvana rağbetin benimsemesinin ifadesidir (Tezcan, 1997, s. 211). Türk toplumunda bedensel çalışma gerektiren işler genellikle hor görülür. Bedensel uğraş gerektiren meslekler, düşük toplumsal konum göstergesi olarak değerlendirilir (Bozkurt, 2014, s. 186-187). Ortalama Türk insanı kendisini yönetsel nitelikteki her türlü görev ve konuma uygun görür. Bilgi ve yeteneklerinin görev ya da mevki için yeterli olup olmadığını çoğu zaman düşünmez (Güriz, 2008, s. 34).

Halkımız devlet kavramını, devleti yönetenlerin kişiliklerinde biçimlenmiş bir güç olarak anlar. Başkanlık unvanını elde etmek, hangi alanda olursa olsun önemli sayılır. Halk arasında *baş ol da istersen soğan başı ol* deyiimi bu eğilimin ifadesidir (Tezcan, 1997, s. 211-214).

Hükmetme isteği toplumun tüm yaşamında kendini göstermekle birlikte, siyasal konumdaki hükmetme isteği daha baskındır. Türkiye’de toplumsal ilginin en yoğun olduğu kurumlar siyasi kurumlardır. Bu kurumlara ilgi bir partinin ilkelerini benimsemekten ziyade bir siyasi gücün getireceği sosyo-ekonomik faydayı elde etmeye yöneliktir.

### 3.10. Zayıf Güven Duygusu

“Meyve veren ağacı taşlarlar.” Türk Atasözü.

Türkiye insanının, toplumsal yaşamın her alanında gözlenen en belirgin özelliklerinden birisi bazen kendi yeteneklerine, kültürüne, tarihine bazense diğer insanlara karşı duyduğu güven zayıflığıdır. Diğerinin aldatacağı, zarar vereceği üzerine kurulu olan zihin yapısı kendisini sürekli korumaya odaklandığından şüphe ve korku üretmekte, diğerini anlamaya ve ortak noktalarda buluşmaya imkân bulamamaktadır.

Devlet veya kurumlarına karşı güvensizlik, aile ilişkilerinde eşlerin birbirine karşı güvensizliği, alışverişte zarara uğratılma endişesiyle beslenen pazarlık anlayışı, bir işi yaparken, bir yere giderken doğruluğunu bir başkasına sorarak teyit etme ihtiyacı, sürekli ülke gelişimini engellemeye çalışan düşmanların olduğu algısı, güvensizliğin toplum yapımızdaki bazı yansımalarıdır.

Tarihi süreçte yaşanan savaşlar, kıyımlar, göçler, Batılılaşma ve modernlik süreci içinde yaşanan hızlı değişimler, siyasi, sosyal ve ekonomik krizlerin güvensizliği doğurduğu ve beslediği söylenebilir (Tezcan, 1997, s. 179, 236).

Güvensizlik otorite ve topluluğu önceleyen anlayışımızla birleştiğinde ise bu durum sosyal ilişkilere dolaylı iletişim olarak yansımaktadır. Özellikle olumsuz konularda insanlarla yüzleşmekten çekiniriz. Genellikle sorunları doğrudan ifade etmez, *kızım sana söylüyorum, gelinim sen anla* anlayışıyla; dolaylı anlatım ve imalarla soruna yaklaşırız. Çoğu zaman olumsuz durumlarda otorite sahiplerine kendi düşüncelerimizi ifade etmez, hoşnutsuzluğumuzu gizlemeye çalışırız. Doğrudan duygu ve düşüncelerimizi ifade ettiğimizde dışlanmaktan, kaybetmekten ve cezalandırılmaktan korkarız.

Güvensizliğin en olumsuz sonucu; işbirliği ve toplumsal sinerjinin oluşmasına engel olmasıdır. İnsan ilişkilerindeki diğerine karşı güvensizlik kaynak israfını arttırmakta, işbirliğini zayıflatmakta, başarılı ekip çalışmalarının sayısını azaltmaktadır (Tezcan, 1997, s. 175). Bilim ve sanat alanında ortak çalışmaların azlığı, ekip çalışmasını gerekli kılan araştırma, yenilik ve spor alanlarındaki zayıflığımız, ortaklık ilişkisi içinde gelişmiş olan şirketlerimizin azlığı, koalisyon hükümetlerinin sürdürülememesi ve yönetimdeki başarısızlıkları, işbirliğindeki zayıflığımızın toplumsal hayattaki yansımaları olarak değerlendirilebilir.

Toplumumuzda kendine olan güvensizlik, diğerinin gelişimini ve başarısını engellemeye çalışan bir kıskançlığa da dönüşebilmektedir. Türk toplumunda çekememezlik, diğerinin gelişimini istememe, yoğun gözlemlenen durumlardır. Aynı kandan gelen ailenin bir kolunun yükselmesi durumunda diğerleri kendilerini yükseltme çabasını unutup, onun çöküşünü görme özlemi içine girebilmektedirler (Bozkurt, 2014, s. 241). Politikada, sanatta, ilişkilerde yaygın olan kıskançlık, iyi olanın, başarılı olanın cezalandırılmasına neden olmakta; çekememezlik sivrilene, öne çıkkanı devirmeye dönüşebilmektedir (Tezcan, 1997, s. 237).

Türkiye’deki çaresizlik duygusunu besleyen kaynaklardan birisi de, yetkinlerin değil de itaatkâr yetersizlerin ödüllendirilmesidir. Türkiye’de gücü elinde tutanlar ehliyetsiz olanları etraflarına topladığında ehliyetsizlik güvensizlikle birleşerek; çaresizlik ve verimsizliği doğurmaktadır. İyilik, yetkinlik ve yeniliğin iltifat görmeyeceğine duyulan inanç *salla başımı, al maaşımı* zihniyetini yaygınlaştırmakta, insanları verimsizliğe ve tembelleğe yönlendirmektedir (Sayar, 2008, s. 216).

Toplumdaki düşük güven düzeyi kendini fark ettirme, kendini diğerlerine kanıtama ve saldırganlık davranışlarına dönüşebilmektedir (Bozkurt, 2014, s. 102). Güvensizlik çukuru ters dönmüş gurur tepesine dönüşmektedir. Birçok yöneticideki kasıtlı duruşlar, sokaklardaki kabadayılık eğilimleri, gençlerde lider olma isteği, insanımızın kendine olan güvensizliğinden, varlığını kanıtama duygusundan beslenmektedir.

### 3.11. Eleştiriye Tahammülsüzlük

“Doğru söyleyeni dokuz köyden kovarlar.” Türk Atasözü.

Özeleştirme ve eleştiriyi benimseme; özüne, tarihine ve kültürüne güven duymanın bir sonucudur. İnsanların ve toplumun güven düzeyi yükseldikçe kendisini değerlendirme, hatalardan öğrenme, eleştiri ve değerlendirmelere hoşgörüsüyle yaklaşma becerisi de gelişir.

Özeleştirme, insanın kendisini denetleme gücüdür. Kişi ve toplumun, yapılan eylemlerde, eksik ve yanlışlarını görüp kendini yenilemesi ve doğruya yönlendirmesidir. Gerçeği görme, eleştiriye dayanma ve özeleştirmeyle başlar. Türk toplum yapısında sağlıklı eleştiri ve özeleştirme zayıftır. Türk toplumunda hatayla yüzleşmek yerine hatasını tümüyle gizleme, gerçeği değiştirme eğilimi daha ağır basar. Kendini sağlıklı değerlendirememesi beraberinde üç olumsuz durumu, özüne güvensizliği, dalkavukluğu ve eleştiriye tahammülsüzlüğü besler (Bozkurt, 2014, s. 24-29). Türk insanı dünyayı kendi penceresinden değerlendirme eğilimindedir. Ya körü körüne eleştirir ya eleştirdiği konu hakkında çözüm üretmez ya da kendine uyan çözümleri dayatır (Baltaş, 2005, s. 46). Çoğu zaman birini eleştirirken; değerlerden, ilkelerden, rehberlikten, nesnellikten uzaklaşılır. Eleştiren de kendini savunan da, insani ölçüyü kaçıır. Konu sorundan uzaklaşıp kişiselleşir, güç mücadelesine dönüşür. Eleştiri doğruyu aramaktan uzaklaşır; küçümsemeye, hakarete ve tahakküm kurmaya dönüşür.

Toplumsal yapımızda süreklilik gösteren güce eğilim, otoriteyi sorgulanamaz gören anlayış sağlıklı eleştiri sürecini engellemektedir. Toplumsal ilişkileri belirleyen güç ve otorite olunca zayıf ve muhalif için eleştirmek, güçlünün ve otoritenin çelişki ve zaafını ortaya dökerek ölç alma ve rahatlamaya dönüşmektedir. Toplumdaki otoriter eğilim insanlara duyulan güvensizlikle birleştiğinde ise, her eleştiri varlığa dönük bir saldırı olarak nitelendirilebilmekte, iyi olanla, zarar veren aynı kefarete konulabilmektedir. Doğruyu göstermek, yanlıştan uzaklaştırmak adına otoritenin hatalarını dile getirmek, bölücülük ve ihanet olarak damgalanabilmektedir. İyi ve doğruyu söyleyenin susturulduğu, dışlandığı bir sosyal yapıda, yalanın ve ehliyetsizliğin hâkimiyeti kurulmaktadır. Doğrunun cezalandırılıp, yalanın yüceltiltiği bir kültürde hataları örten, otoriteyi kutsayan, riyakâr muhterislerin önü açılmaktadır.

Herhangi bir yabancı, Türklerin eksik yanlarını, yanlışlarını söylemişse, bu çoğu zaman hakaret olarak değerlendirilir. Tarihimiz eleştiriye dayanamama örnekleriyle doludur. Özgüvensizlik bütün toplumsal ilişkileri etkileyen bir ruh durumudur. Bu durum, Osmanlı Devleti'nin gerileme döneminde tohumları atılan, çöküş döneminde kökleşen bir duygudur (Bozkurt, 2014, s. 29). Çoğu Türk'ün zihninde Batılıların Türk'ü horladığı, küçük gördüğü, anlamadığı duygusu vardır. Ataları Avrupa'ya diz çöktürmüş bir neslin mirasçıları kendilerine yönelik dışardan yapılan eleştirileri hakaret ve saldırı, içerden gelen eleştirileri ise vatan hainliği olarak değerlendirebilmektedir (Tekinalp, 2015, s. 8, 55). Kendisini yeterince eleştiremeyen, eleştirenlere vatan haini, düşman gözüyle bakan Türkiye toplumu eleştiri konusunda ergenlik çağına yeni adım atmış bir çocuk gibidir (Vassaf, 2008, s. 121).

Eleştirenin dışlandığı toplumlarda mizah, eleştirenin yerini alır. Gülerek, güldürerek anlatma, söyleyeni güç durumdan kurtarır (Bozkurt, 2014, s. 32-35). Çoğu zaman insanımız kaybetme korkusuyla düşüncelerini açıkça söylemez. Düşüncelerini doğrudan ifade etmez; gülerek, beden diliyle, imayla, fıkrayla, şakayla anlatır. Bu durum bir zaman sonra ilişkilerde ciddiyetsizlik ve samimiyetsizliği doğurur. Bu anlayışın öne çıktığı ilişkilerde, insanlar her tebessümde alay, her uyarıda hakaret ve aşağılama aramaya başlarlar. Kalabalık ortamlarda yapılan espriler, şakalar, önyargıyla dinlenildiği için yanlış anlaşılmaya hazır bir zemin oluşturur. Anlamak zihin okumaya, espriler ve imalar küskünlük, hakaret ve tartışmalara dönüşür.

### 3.12. Gösteriş Düşkünlüğü

Toplumdaki güç eğilimi güvensizlikle birleştiğinde; kendini üreterek var olamayan insanımız, sahip olduklarıyla var olmaya çalışmaktadır. Kendini diğerine ispat etmek için kendini sosyal medyada sergilemek, sahip olduklarıyla gövde gösterisi ve gösteriş yapmak bu çatışmanın doğurduğu sonuçlardır. Yetersizlik ve güvensizlikten kaynaklanan bu gösteriş eğilimi; toplumumuzda tüketim sarhoşluğuna dönüşebilmekte, hatta bu durum sosyal medyada kendini teşhir etme çılgınlığına kadar varabilmektedir.

Toplumumuzda tüketimi toplumsal konumun bir ifadesi olarak kullanma, sahip olduklarını diğerlerine gösterme ya da kullandığı markalarla kendini bulunduğu sosyal durumdan daha iyi bir konumun içinde algılatma eğilimi, toplumun her kesiminde kuvvetlidir (Tezcan, 1997, s. 196-197).

Türk kültüründe mekân belirli bölümlere ayrılarak kullanılır. Konuklar için ayrılan mekân önceliklidir. Konuk odaları birçok ailede konuk olmadığı kapalı tutulan, kullanılmayan mekânlardır. En gösterişli, en pahalı ve aile için en değerli eşyalar konuk odalarında bulunur (Kartarı, 2014, s. 205-206). Konuk odaları yaşanmak yerine, diğer insanlara sergilenmek için düzenlenmiştir. Düğün, yemek, kutlama ve törenlerde birliktelikten daha çok *ihsana boğmak*, imkânı ölçüsünde konuklara ne varsa sunarak bir güç gösterisi yapmak esastır (Göka, 2006, s. 147). Ülkemizde gösteriş tüketimi kendini köylerde daha çok çeyizler, düğünler ve düğünlerde yapılan aşırı harcamalar olarak gösterir (Tezcan, 1997, s. 197). Gösteriş tüketimi şehir hayatında; yaptıklarını sosyal medyada sürekli sergilemek, pahalı markalara sahip olmak, sürekli cep telefonunu yenilemek, özel mağazalardan alışveriş yapmak, modayı çok yakından takip ederek sürekli eşya ve otomobil değiştirmek, lüks dairelerde veya sitelerde oturmak, yurt dışına çıkmak, tatilleri bir gösteriş aracı olarak kullanmak şeklinde çeşitlenmiştir.

Toplumumuzda gösteriş hastalığının en iyi gözleendiği alanlardan biri de otomobil tercihi ve kullanımınıdır. Türk toplumu otomobil kullanımında fonksiyonel ve ekonomik olmaktan çok, imkânı oranında otomobil markasıyla diğerlerini etkilemeyi ve gücünü göstermeyi önemser (Göka, 2006, s. 53).

Toplumdaki birçok insan sahip olduğu arabalarla hız yaparak, diğerini sollayarak, kuralları ihlal ederek güç gösterisi yapar. Ülkemizde yaşanan ekonomik krizlere ve yakıt zamlarına rağmen lüks araç kullanımı hem devlet kurumlarında hem de özel sektörde yaygındır. Ülkemizin birçok şehrinin yollarındaki pahalı otomobiller ve arazi için düzenlenmiş olan ciplerin şehir yollarında kullanılması, içinde yaşadığımız gösteriş kültürünün dışa yansımalarıdır.

### 3.13. Öz Denetim ve Toplumsal Sorumluluk Zayıflığı

Toplumumuzda otoriter ve hiyerarşik ilişkiler öz denetimi zayıf ve dış otoriteye bağımlı insanlar üretmektedir. Bunun bir sonucu olarak toplumumuzda otorite denetimi zayıfladığı anda; kuralları aşma, esnetme ve diğerinin haklarını umursamama davranışlarını birçok insan sergileyebilmektedir. Bu durumu kamu mallarının, ortak yaşam alanlarının kullanımında ve trafikte, çok sık gözlemek mümkündür.

Halkımızın genel yapısında toplumsal sorumluluk duygusu yeterince gelişmemiştir. Genel olarak insanımız kamu yararı ile kendi yararını birbirinden ayrı ve çelişir görme eğilimindedir (Tezcan, 1997, s. 176). Toplumumuzda kamu malı kullanımında özensizlik gözlenir. Kamu araçları hor kullanılır, kamu kaynakları israf edilir. Birçok kişi kendi kirlettiği yeri temizleme gereği duymaz. Bütün sorumluluk kendinden sonra kullanacak kişinin üzerine yüklenir. Bu davranış biçimi kiralanmış ev, eşya ve araçların kullanımında da sergilenir (Bozkurt, 2014, s. 140). Çoğu kişi araç veya eşyanın gördüğü işlevi, topluma yapacağı katkıyı düşünmez. Ödediği ücretin karşılığında tüm haklarına sahip olmuş gibi hareket eder. Araç ve eşyaları hor kullanarak toplumsal hakları gasp eder. Aynı durum toplumu veya kurumları ilgilendiren sorunların çözümünde de yaşanır. Genellikle herkesi ilgilendiren sorunlar karşısında sorumluluk üstlenilmekten kaçınılır, sorun büyüyüp herkesi tehdit edinceye kadar harekete geçilmez.

Bir toplumdaki düzen, sistem, kurallara uyma, haklara saygı ve sorumluluk konularının en iyi gözlenebileceği ortam yollardaki araç trafiğidir. Aşırı hız, sinyal vermeme, hatalı sollama, denetim sistemi yoksa emniyet şeridini kullanma, yayaların öncelik hakkını önemsememe, kornayı bir iletişim aracı olarak kullanma, emniyet kemeri takmama, şartlar uygunsuzsa kırmızı ışıkta geçme, araç park ederken diğer insanların haklarını gözetmeme, sol şeridi gereksiz yere işgal etme, yolcu almak için trafik kurallarını ihlal ederek diğer sürücülerin hayatlarını riske atma, Türkiye’de araç trafiğinde çok sık yaşanan sürücü davranışlarıdır.

Türkiye’de güç mücadelesi, kuralları aşma, sürekli kendini öceleme, diğerinin hakkını gasp etme, diğerinin hayatını riske atma, kısa vadeli odaklanma, davranışların doğurabileceği olumsuz sonuçları düşünmeme davranışlarının hepsini araç trafiğinde görmek mümkündür. Bir toplumdaki insanların trafikte ve toplu taşıma araçlarında gösterdikleri davranışlar öz denetim, hak, sorumluluk, sistem ve düzen anlayışlarının dışı yansımasıdır.

### 3.14. Saldırganlık Eğilimi

Millet Meclisindeki görüşmelerde milletvekillerinin birbirlerine karşı sergilediği sözlü veya fiili saldırganlıklar, bir futbol maçı sonrasında taraftarlar arasında çıkan çatışmalar, toplumsal gösterilerin çok hızlı çevreye zarar veren eylemlere dönüşebilmesi, trafikte veya komşuluk ilişkilerinde çıkan tartışmaların şiddetle hatta cinayetle sonuçlanması, aile içi şiddet ve cinayet olaylarının sıklığı toplumumuzda saldırganlık eğilimini gösteren örneklerdendir.

Toplum içindeki güçler arasındaki dengesizlikler, güç ve otorite odaklı ilişkiler, yüksek işsizlik oranı, gelir dağılımındaki dengesizlikler, toplum içindeki kültürlerin veya siyasi kesimlerin birbirlerini tehdit ve düşman olarak algılaması, saldırganlık eğilimini beslemektedir (Tezcan, 1997, s. 166-167).

Toplumdaki saldırgan davranışların arkasında, kendini açık ifade edememe, güvensizlik, duyguları kontrol etmede zorlanma gibi psikolojik, güçlü olanı ve kazanımı yüceltme, otorite

ve güce yönelim, sorunları güç ile çözme eğilimi, ayrımcılık, gruba lidere teslimiyet, hukuk ve adalet sistemindeki zayıflıklar gibi sosyolojik faktörlerin etkili olduğu söylenebilir.

Bu faktörleri güçlendiren ve saldırganlığı besleyen en önemli faktör ise modernleşme sonucunda geleneksel yapıların ve değerlerin çözülmesi; oluşan boşluğu yeni kurumlarla doldurulamamış olmasıdır. Modernleşmeyle beraber yaşanan değer ve aile çözülmesi, ortaya çıkan göreceli ahlak anlayışı, narsizme varan bireyselleşme kapitalist piyasa ekonomisinin körüklediği sürekli tüketim, haz ve kendini tatmin anlayışı, toplumdaki psikolojik ve sosyolojik faktörlerle beslendiğinde saldırganlığın toplumsal zemini oluşmaktadır.

#### 4. DEĞERLENDİRME

Kültürümüzdeki otoriter yönetim tarzı, farklı düşüncelere düşük hoşgörü, yetkinin aşağıya doğru paylaşılmaması, toplumsal gruplar içinde çatışma ve bölünmelere neden olmaktadır. Ekonomik, siyasal ve kültürel oluşumların çok sık olarak kendi içlerinde parçalara ayrılması, bu sürecin bir göstergesidir. Bölünme, işbirliği yerine çatışmayı beslemekte ve sinerjiyi daha da zorlaştırmaktadır.

Türkiye toplumunda güvensizliğin ve bunun sonucu olarak düşük sinerjinin oluşmasını besleyen en önemli faktörün, kendi grubu veya cemaatini önceleyen *dar toplulukçu anlayış* olduğu söylenebilir. Grupsal yapılar kendi dışlarındaki kişilerle işbirliğini özendirmediği için, farklı kesimler arasında güvene dayalı ilişkiler kurulamamaktadır. Her bir sosyal grup veya cemaat öncelikle kendi ekonomik ve siyasal alanını genişletmeye çalışırken, toplumsal bütün unutulmaktadır. Kendi grubuna gösterilen sadakat ve dayanışma; toplumsal bütünün, ileriye dönük etkin ve verimli planlamanın önüne geçmektedir. Gruba gösterilen sadakat; grubu, yakın akrabaları veya arkadaşları her alanda kayırmaya dönüştürmektedir.

Türkiye’de diğerini reddetme ve çatışma üzerine kurulan siyasal dil, toplumsal kesimlerin uzlaşma ve hoşgörü zeminini yok ederek, toplumun gelişime yönelmesi gereken gücünü ayırmaya yönelmektedir. Siyasal partiler, rakip partileri kendilerine ve ülkelerine bir tehdit olarak algıladıklarında; etkin, süreklilik gösteren, katılımcı bir kültürün inşa edilmesi de zorlaşmaktadır.

Bir toplumda güven düzeyinin düşüklüğü toplumun potansiyel zenginliklerini değere dönüştürmesini engeller. Güvensizliğin doğurduğu şüphe, korku ve kaygılar; ön yargıları, ayrışmaları besler, kıymetleri atıl kılar. Türkiye’nin sahip olduğu kaynakları ve insan kıymetini etkin kullanmasının önünü tıkayan en büyük sorun, toplumsal güven düzeyinin düşüklüğüdür. Toplumsal gelişim, değişime uyum yeteneğiyle doğrudan ilişkilidir. Uyum yeteneği öğrenme, keşif ve yeniliğin desteklendiği güven kültürlerinde mümkündür. Yenilenme ve yenilik farklılıkları görmekle başlar. Öğrenmenin, soru sormanın, farklılıkları görmenin korku, tehdit ve dışlamayla cezalandırıldığı bir kültürde, şahsiyet olmak engellendiği için yeterli düzeyde düşünür, sanatçı ve girişimci yetişmez. Toplumunu geliştirecek yenilikçi atılımlar yeterince oluşmaz. Toplumun elindeki insan kıymetiyle, kaynaklarını aktif kılabilmesi sonucunda kültürel ve ekonomik gelişme zayıf kalır. Toplum içeride; işsizlik, teknoloji geliştirememesi, kurumsallaşamama, yolsuzluk, yetersiz yatırımlar, verimsizlik, kaynak israfı, enerji açığı gibi sorunlarla, dışarıda ise rakip devletlerin baskılarıyla sürekli uğraşmak durumunda kalır.

Tarih boyunca Türk insanının en büyük düşmanı yine kendisi olmuştur. Türk insanı niteliklerini doğru konumlandırmadığında bir bumerang gibi dönüp kendini vurmaktadır.

Türk toplumunun gelişimi; kendisiyle yüzleşip zihniyet ve kurumsal yapılarıyla kendini kuşatıcı ahlaki değerler, ilim, adalet ve hukuk merkezinde yapılandırmasına bağlıdır. Türkiye’de insanların sağlıklı toplumsal gelişimin dinamiği olabilmesi, doğru girişim ve yenilikçi atılımların artmasıyla mümkündür. Bu durum ise, toplumda ahlaki değer ve öz kontrolü önceleyen, sadakatin güce değil değer ve liyakata gösterildiği bir eğitim ve yönetim anlayışına ağırlık verilmesiyle sağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- BABAN, C. (1970). Politika galerisi, büstler ve portreler. İstanbul: Remzi, s. 296’dan aktaran Bozkurt, F. (2014). Türk imgesi tuttum aynayı yüzüme. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- BALTAŞ, A. (2005). Ekip çalışması ve liderlik. (6. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- BOZKURT, F. (2014). Türk imgesi tuttum aynayı yüzüme. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- CHELARIU, C. BRASHEAR, T. G. OSMONBEKOV, T. & ZAIT, A. (2008). “Entrepreneurial propensity in a transition economy: Exploring micro-level and meso-level cultural antecedents.” *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(6), 405-415.
- DANESH, Hossan, B. (1978). “The authoritarian family and its adolescents”, *Canadian Psychiatry Association Journal*, 23(7), s. 479’dan aktaran, Kulaksızoğlu, A. (2001). Ergenlik psikolojisi. (4. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- DURALI, Ş. T. (2018). Omurgasızlaştırılmış Türklük. (7. Baskı). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- ERGİN, M. (2013). Orhun abideleri. İstanbul: Hisar Yayınları.
- ERGİN, O. (1977). Türkiye maarif tarihi. C. 4. İstanbul: Eser Matbaası.
- ERGUN, D. (2000). Kimlikler kısılacında ulusal kişilik. Ankara: İmge Yayınevi.
- FAZLIOĞLU, İ. (2017). Kendini bulmak. (5. Baskı). İstanbul: Papersense Yayınları.
- FROMM, E. (1995). Çağımızın özgürlük sorunu. (3. Baskı). (Güvenç, B. Çev.). İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- GÖKA, E. (2006). Türk grup davranışı. Ankara: Aşina Kitaplar.
- GÖKA, E. (2008). Türklerin psikolojisi. İstanbul: Timaş Yayınları.
- GÖKA, E. (2009). Türklerde liderlik ve fanatizm. İstanbul: Timaş Yayınları.
- GÖKA, E. (2010). Türk’ün göçebe ruhu. (2. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- GÜNEŞ, S. (2010). “Türk zekâsı ve girişimcilik”. *Journal of World of Turks*, 2(3), 256-277.
- GÜRİZ, A. (2008). Atasözleri ve halk deyimleri ışığında Türk insanı. (2. Baskı). Ankara: Phoenix Yayınları.
- GÜVENÇ, B. (1997). Türk kimliği. (5. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- HOFSTEDE, G. & MCCRAE, R. R. (2004). “Personality and culture revisited: Linking traits and dimensions of culture.” *Cross-Cultural Research*, 38(1), 52-88.



- HOTHAM, D. (2000). Türkler 2. (Kayabai, M. A. Çev.). İstanbul: Yenigün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık.
- İNCEOĞLU, M. (2004). Tutum, algı ve iletişim. Ankara: Elips Kitap.
- JEAN, F. D. (2009). Kültürelcilik: kişilik kültür tarafından oluşturulmuştur. (Journet, N. Ed.). Evrenselden özele kültür. (Sezen, Y. Çev.). içinde (s. 175-178 ). İstanbul: İz Yayınları.
- KARTARI, A. (2014). Kültür, farklılık ve iletişim kültürlerarası iletişimin kavramsal dayanakları. İstanbul: İletişim Yayınları.
- KATZ, L. (2018, Ağustos 19). Negotiating international business turkey. <http://www.leadershipcrossroads.com/mat/cou/Turkey.pdf>, 1-10.
- KUTLU, M. ( 2009). Huzursuz bacak. (4. Baskı). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- MİKUSCH, D. V. (2000). Gazi Mustafa Kemal, Asya ile Avrupa arasındaki adam. C. 4 (Erendor, E. N. Çev.). İstanbul: Cumhuriyet Gazetesi Yayınları.
- ORTAYLI, İ. (2007). Tarihin sınırlarına yolculuk. (12. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- RUBIN, B. (1989). Istanbul intrigues. New York: McGraw Hill Publishing Company.
- ROUX, J. P. (1991). Türklerin tarihi, Büyük Okyanus'tan Akdeniz'e iki bin yıl. (3. Baskı). (Üstün, G. Çev.). İstanbul: Milliyet Yayınları.
- SARGUT, S. A. (2015). Kültürler arası farklılaşma ve yönetim. (4. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- SAYAR, K. (2008). Merhamet. (2. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- SHİRER, W. (1970). Nazi İmparatorluğu 1. İstanbul: Ağaoğlu Yayınları, s. 165'den aktaran Bozkurt, F. (2014). Türk imgesi tuttum aynayı yüzüme. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- SİĞRİ, Ü Tıgılı & M. (2006). Hofstede'nin 'belirsizlikten kaçınma' kültürel boyutunun yönetsel-örgütsel süreçlere ve pazarlama açısından tüketici davranışlarına etkisi. Marmara Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, 21(1), 327-342.
- TAHİR, K. (1969a). Göl insanları. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- TAHİR, K. (1969b). Esir şehrin insanları. İstanbul: Sander Yayınları.
- TAHİR, K. (1977). Bir mülkiyet kalesi. 2. Cilt. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- TAHİR, K. (2018). Yorgun savaşı. (11. Baskı). İstanbul: İthaki Yayınları.
- TEKİNALP, Ş. (2015). Aynadaki Türkler. İstanbul: Beta Yayınları.
- TEZCAN, M. (1997). Türk kişiliği ve kültür kişilik ilişkileri. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- TOKTAMIŞOĞLU, M. (2004). Kot pantolonlu yönetici. (6. Baskı). İstanbul: Mediacat Kitapları.
- TÜRKDOĞAN, O. (1996). Değişme kültür ve sosyal çözülme. İstanbul: Birleşik Yayıncılık.

- ÜLGENER, S. F. (2006). Zihniyet ve din-İslam, tasavvuf ve çözülme devri iktisat ahlakı. İstanbul: Derin Yayınları.
- ÜLSEVER, C. (2005). XXI. yüzyılda insan yönetimi. (3. Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.
- VASSAF, G. (2008). Türkiye sen kimsin? (3. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- VASSAF, G. (2011, 11 Eylül) Türkiye'nin kompleksleri. Radikal Gazetesi, s. 9.
- VİLLERS, J. (2007). Türkiye ve Türkler. (Olcaytu, N. Çev.). İstanbul: Hit Kitap.
- YÖRÜKOĞLU, A. (1966). Çocuk yetiştirme ve ulusal karakter. İstanbul: Yeni Ufuklar Dergisi, 14(166), dan aktaran Tezcan, M. (1997). Türk kişiliği ve kültür kişilik ilişkileri. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

# Households' Demand for Pap Flour in Ibadan Metropolis (Research Article)

*Ibadan Kentindeki Hanelerin Mama Unu Talebi*

*Doi: 10.29023/alanyaakademik.584235*

**J. A. ADEJUMO**

*Department of Agricultural Economics, University of Ibadan,*

*Ibadan, Oyo State, Nigeria*

*ajoyabiola@yahoo.com*

*Orcid No: 0000-0001-9907-4584*

**F. A. SOWUNMI**

*Department of Agricultural Economics, University of Ibadan,*

*Ibadan, Oyo State, Nigeria*

*fasowunmi@live.co.uk*

*Orcid No: 0000-0003-4108-8830*

**How to cite this article:** Adejumo, J. A. & Sowunmi, F. A. (2020). Households' Demand for Pap Flour in Ibadan Metropolis. *Alanya Academic Review*, 4(1), Sayfa No. 25-38.

## ABSTRACT

### Keywords

*Agricultural product,  
Household demand,  
Pap flour,  
Double hurdle*

**JEL:** C01, D11, D41

*Received: 26.06.2019*

*Accepted: 05.02.2020*

*The needs to create time utility and present pap in a form that will enhance its preservation have led to pap flour gradually becoming an important processed agricultural product. The study showed that among respondents, the awareness on pap flour was high. Majority of the respondents (62.0%) was female while the average age was 33.7years. The respondents' average monthly income was ₦137, 753 and 0.53% of the monthly income was spent on pap flour. The average amount spent on pap flour per month was ₦553.50. The study revealed that occupation influenced respondents' perception on pap flour. Household size, monthly income, years of schooling and marital status were factors that influenced consumers' choice of pap flour. The probability of resident consuming pap flour in the study area was 0.83. Market segmentation based on income earnings will enhance the sales revenue.*

## 1. INTRODUCTION

Processing of agricultural products into readily consumable form is one of the ways through which losses to crop farmers are reduced. The crop subsector of the Nigerian agriculture is generally populated by small scale farmers who cultivate less than 2ha and characterized by low productivity (Ibeawuchi et al., 2009; Lowder et al., 2014) and the use of simple farm tools (cutlass and hoe) as well as adoption of old farming methods. According to IFAD report (2016), about 90 per cent of Nigeria's food crops (maize, cassava, yam, rice millet, sorghum, vegetables, cowpea and potato among others) are produced by small-scale farmers who cultivate small plots of land and depend on rainfall rather than irrigation systems. According to Federal Ministry of Agriculture and Rural Development (2017), Nigeria loses over 60 per

cent of farm produce annually to lack of storage and agro-processing facilities. Over the years there has been improvement in processing techniques from traditional to modern method that addresses the issue of hygiene and packaging. Processed food crops are more durable and attractive; this goes a long way in mitigating food insecurity (Adiaha, 2017). Farmers are faced with the challenge of storage most especially during harvest and the best way to avoid losses is to process these farm products into the form that can prevent spoilage associated with most agricultural products.

Among other food crops produced in Nigeria, Maize is one of the important staple crops that are widely consumed in different forms. It is eaten in various dishes and forms the basis of most meals prepared by the average Nigerian family. It can be consumed in various forms as roasted fresh maize, boiled maize, tuwo, donkunnu, maasa, akple, gwate, nakia, whole corn, corn flour, cornstarch, corn gluten, corn syrup, cornmeal, corn oil, cornflakes, quaker oats, pop corn, golden morn, 'egbo', 'abari', 'donkwa', 'ajepasi', 'aadun', 'kokoro', 'elekute', 'eko' and 'ogi' among others (Abdulrahman and Kolawole, 2006).

Pap (ogi) is a starchy fermented paste traditionally made from maize, whose colour could either be white or yellow depending on the corresponding colour of maize used (Akingbala et al., 1987). It is consumed in almost all parts of Nigeria. Ogi is often marketed as a wet cake wrapped in leaves or transparent polythene bags and hawked early in the mornings or late in the evenings as 'eko'. It is diluted to a solid content of 8 to 10% and boiled into a pap, or cooked and turned into a stiff gel called "agidi" or "eko" prior to consumption. According to Igbedioh et al. (2006), it is the most important weaning food for infants in West Africa and a common delicacy among the Hausas especially the malas, among the Igbos and Yorubas who take it along with steamed bean cake (moinmoin), fried bean cake (akara), groundnut cake (kulikuli) among others. Wet pap is produced using the conventional (traditional) method which is mostly unhygienic, takes a lot of time and energy thereby discouraging its consumption among the urban population. Therefore adding value to pap provides a suitable and more hygienic alternative as it helps ease its time of preparation, storage in the face of unreliable power supply, mitigate wastage (due to post harvest losses), preserve the product by increasing the shelf life and even provide employment opportunities since more people are engaged in the value chain (Ekwuet al., 2005; Shajeela et al., 2011). Pap flour in particular therefore provides an easy and stress free way to make the delicious local delicacy of pap and can be transformed into pap in few minutes. Pap flour is made from 100% maize, contains no preservative and contains all the nutrients needed in the body.

There have been a number of previous studies that examined household demand for processed agricultural products in Nigeria. Many authors (Jeffrey and Maria, 2013; Edema et al., 2005; Olorunfemi et al., 2005; Aderiye and Laleye, 2003; Oke, 2006; Adeniji and Potter, 2014; Igbedioh et al., 2006; Oluseyi et al., 2013) have worked on maize bread, corn flour, wet pap and nutritional qualities. This study is aimed at examining household demand on new processed product (pap flour) from maize as its processing is modern compared wet pap. The need to add to the existing literature on the demand for processed agricultural products prompted this study. It is expected that the study will help to create more awareness among the consumers as well as stimulating interest for those who may be interested in pap flour production. To achieve these, the following research questions are raised, viz: (i) Are households in Ibadan metropolis aware of pap flour? (ii) What is the perception of respondents on pap flour in the study area? (iii) What was the percentage of monthly spent on pap flour by respondents in the study area? (iv) What are the factors influencing consumer

preference for pap flour in the study area? (v) What factors influence monthly household expenditure on pap flour in the study area?

## 2. THEORETICAL FRAMEWORK and LITERATURE REVIEW

The theory of consumer behavior is the fundamental theory on which this study is conducted. According to Oyinbo (2014), the principal assumption on which the theory of consumer behavior and demand is built is that a consumer attempts to allocate his limited resources (money income) among available goods and services (brands of pap flour) so as to maximize his or her satisfaction. The usefulness of the theory lies in the fact that it helps to understand how consumer demand for a commodity responds to income. However, consumer behavior is best understood in three distinct steps which are: consumer preferences, budget constraints and consumer's choice (Agboola, 2014). The law of demand states that, price and demand are inversely related; all things being equal. That is, at lower prices, consumers demand for more quantities. This means that, the lower the price of pap flour, the higher the quantity demanded. According to Koutsoyiannis (1979), willingness to pay for a good is therefore inherent in the definition of demand. Essentially, demand is a multivariate relationship which means that it is affected by various factors at the same time (simultaneously). Commodity's own price, consumers' income, prices of other commodities (wet pap, pap gel etc), consumers' taste, preferences, psychological factors (perception of the product, his knowledge, motivation, needs, and attitudes.) and socio-economic characteristics (age, sex, education, occupation etc.), culture, income distribution, total population, consumers' wealth, credit availability and government policies amongst others; are factors that will determine consumer's demand for a commodity (Adebayo, 2008).

Literature shows that various analytical tools have been to measure household food demand for processed (yam flour, cassava flour, garri, bean flour, palm oil, tobacco and rice among others) and unprocessed agricultural products (maize, yam, sorghum, millet, sweet/irish potato and beans among others) as well as non-agricultural commodities (petrol and alcohol). These analytical tools included: Almost Ideal Demand System (Edun and Adamu, 2013; Wogbe, 2000; Abdul, 2006; Odusina, 2008; Halbrendt et al., 1994; Fan et al., 1995 and Ogunniyi, 2011). However, other several studies (Sheng et al., 2005; Udoh et al., 2006; Oyinbo and Abdulsalam, 2013; Xia, 2015 and Wadud, 2006) have used the linearized version of the AIDS (LA/AIDS). However, the locally flexible functional form of the AIDS model exhibits small regular regions consistent with micro-economic theory. Secondly, even where non-linear models such as Almost Ideal Demand System (AIDS) model were used there was no allowance for a non-monotonic relationship between the marginal budget share and total expenditure. Quadratic Almost Ideal Demand System has been used in several food demand studies (Olorunfemi, 2013; Kibrom and Worku, 2012; Abiodun et al., 2009; Gould and Vilarreal, 2006; Molina and Gill, 2005; Jing et al., 2004; Abdullahi and Aubert, 2004; Abdulai, 2002; Fisher et al., 2001; Moro and Sekokai, 2000; Banks et al., 1997; Blundell and Robin, 1999; Meenkashi and Ray, 1999). The limitation of the QUAIDS model is that it does not allow for positive or negative externalities from expenditure on certain goods, for instance fuel, alcohol and tobacco. The assumption of no externalities can neither be altered nor tested and is a limitation on the usefulness of QUAIDS. Past studies (Direk and Amnat, 1988; Suchart, 1989; Prasarn, 1983; Mason et al., 1987; Lau et al., 1978) have utilized Linear Expenditure System (LES). LES has some limitation of not allowing inferior goods and necessity goods to become luxury goods at higher incomes and if equations are to be used for predictions, only short term predictions can be made and therefore these systems are more suited for the analysis of broad aggregate groups.

Generally, all the aforementioned analytical tools do not consider factors influencing consumers' decision to purchase a food item. The study utilized double hurdle model which is premised on the fact that the decisions to purchase and how much to consume are not governed by the same process. Specifically, double hurdle model tackles the problem of too many zeros (no consumption) in the survey data by giving special treatment to the participation decision. The model postulates that individual passes two separate hurdles before they are observed with a positive level of consumption of pap flour. The first hurdle corresponds to factors influencing participation in the demand for a commodity and the second hurdle examines the level of consumption of the commodity. Studies have reported that participation and consumption may be determined by different sets of factors (Moon et al., 2002; Huang et al., 1999; Lin and Milon, 1993). Many studies (Duy, 2012; Asteri et al., 2005; Ground and Koch, 2007; Moshoeshoe, 2012 Garcia and Labeage, 1996; Yen and Jones, 1996; Ogundari and Arifalo, 2013; Keeler et al., 2006; Bai et al., 2012; Atkinson et al., 1984; Pudney and Jones, 1989) on demand for food and non-food commodities have used double hurdle model.

**2.1. Analytical framework of double hurdle**

Yen and Jones (1996) argued that the double hurdle model allows for the possibility of zero observations in the second stage by recognizing the fact that zero expenditures is observed and could be due to any or combination of the following factors: (1) random effect (or data reporting problem), (2) the fact that the respondents are simply not interested in consuming pap flour (3) when the survey period is too short to allow consumers to report any purchase of the commodity of interest (infrequency of purchase). Double hurdle model contains two equations: The participation and consumption equation are given as:

$$d_i^* = Z_i' \alpha + u_i \dots \dots \dots (1)$$

$$y_i^* = X_i' \beta + v_i \dots \dots \dots (2)$$

$$\begin{bmatrix} \varepsilon \\ \mu \end{bmatrix} \sim N \left[ \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \end{pmatrix}, \begin{pmatrix} 10 & \\ & 0\sigma^2 \end{pmatrix} \right]$$

Where:

- $d_i^*$  = latent participation indicator,
- $y_i^*$  = latent consumption,
- $Z_i$  and  $X_i$  = vectors of explanatory variables

$\alpha$  and  $\beta$  = comfortable vectors of parameters

$u_i$  and  $v_i$  = the error terms are independently and normally distributed.

From the diagonality of the covariance matrix that the two error terms are assumed to be independently distributed. The first hurdle is then represented by:

$$d_i = 1 \text{ if } d_i^* > 0$$

$$d_i = 0 \text{ if } d_i^* \leq 0$$

The second hurdle closely resembles the Tobit model:

$$y_i^* = \max(y_i^{**}, 0)$$

Finally, the observed variable,  $y_i$ , is determined by the interaction of both hurdles as follows:

$$y = d_i y_i^*$$

The decisions of whether to participate in the demand for pap flour and about the size of  $Y$  (level of consumption of pap flour) can be jointly modeled, if they are made simultaneously by the individual; independently, if they are made separately; or sequentially, if one decision is made first and affects the other one (this is the dominance model). If the independence model applies (which was the initial position of Gragg (1971), the error terms are distributed as follows:

$$u_i = N(0,1)$$

$$v_i = N(0, \sigma^2)$$

If both decisions are made jointly (the dependent double hurdle) the error term can be assumed to have a bi-variate normal distribution defined as:

$$(u_i, v_i) \sim BVN(0, \psi)$$

Where:

$$\psi = \begin{bmatrix} 1 & \rho\sigma \\ \rho\sigma & \sigma^2 \end{bmatrix} \dots\dots\dots(3)$$

According to Shittu (2008), on the assumption that  $u_i \sim BVN(0, 1)$  and  $u_2 \sim N(0, \sigma_2)$ , it can be shown that:

$$\psi = \begin{bmatrix} \sigma_1^2 & \sigma_{12} \\ \sigma_{12} & \sigma_2^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \sigma_1^2 & \frac{\sigma_{21}}{\sigma_1\sigma_2} \\ \frac{\sigma_{21}}{\sigma_1\sigma_2} \sigma_1\sigma_2 & \sigma_2^2 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 1 & \rho\sigma \\ \rho\sigma & \sigma^2 \end{bmatrix}$$

The model is a dependent model if there is a relationship between the decision to consume pap flour and the amount consumed by households ( $Y$ ), that is:

$$\rho = \frac{\text{cov}(u_i, v_i)}{\sqrt{\text{var}(u_i, v_i) \text{var } v_i}}$$

If  $\rho = 0$  and there is dominance (the zeros are only associated to non-participation, not standard corner solutions) then the model decomposes into a Probit for participation and standard OLS for  $Y$  (consumption). When  $\rho = 0$ , the double-hurdle model reduces to Cragg's Independent Double-Hurdle model. According to Zhang et al. (2006), when  $\rho = 0$ ,  $x = z$  and  $\alpha = \beta/\sigma$ , it leads the Tobit model.

The log-likelihood function for the double hurdle model is:

$$\text{Log } L = \sum_0 \ln \left[ 1 - \Phi \left( Z_i' \alpha \right) \Phi \left( \frac{x_i' \beta}{\sigma} \right) \right] + \sum_+ \ln \left[ \Phi \left( Z_i' \alpha \right) \frac{1}{\sigma} \phi \left( \frac{y_i - x_i' \beta}{\sigma} \right) \right] \dots\dots (4)$$

**3. METHODOLOGY**

The study area was conducted in two out of eleven local government areas that make up Ibadan Metropolis in 2017. The two contiguous local government areas were Ibadan North and Ibadan North West with headquarters at Agodi and Dugbe respectively. The choice of the two local government areas was based on their metropolitan nature which accommodates the segmented market required for pap flour marketing. Many housing estates whose residents may have preference for pap flour (long shelf life) and supermarkets and markets with large stocks of pap flour were located in the LGAs.

Multistage sampling technique was adopted in the study. The first stage involved purposive selection of two out of eleven Local Government Areas in Ibadan metropolis based on the reasons enunciated above. The second stage involved the random selection of four housing estates and five supermarkets from each of the two local government areas. The third stage involved the random selection respondents based on proportionate to size (5%) from each of the housing estates and customers of supermarkets. The highly populated housing estates and supermarkets with larger customers had more representatives. Data were collected using structured questionnaires. Two hundred and seventy (270) questionnaires were administered at the estates and the supermarkets where different brands of pap flour were sold; two hundred and forty two (242) completed questionnaires were returned to time for the analysis.

Descriptive statistics, chi-square test and double hurdle model were employed to achieve the objective of the study. Specifically, descriptive statistics was used to analyze the socioeconomic characteristics of respondents while chi-square investigated whether perception of respondents on pap flour is influenced by occupation or not. The chi-square formula is given below:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} \dots\dots\dots (1)$$

$$E = \frac{\text{Row}_{\text{Total}} \times \text{Column}_{\text{Total}}}{\text{Grand}_{\text{Total}}} \dots\dots\dots (2)$$

Where:  $\chi^2$  represents the chi square

*O* represents the observed frequency

*E* represents the expected frequency

*v* represents the degree of freedom = (r-1) (c-1)

Double hurdle model was used to determine the factors influencing household preference for pap flour as well as factors influencing amount spent on pap flour per month by respondents in the study area. This model is made up of two steps (first and second hurdles). In the first hurdle, the factors influencing household (represented by the head) preference for pap flour was determined while in the second hurdle, factors influencing average amount spent on pap



flour was determined. The first hurdle needs to be crossed in order to be a potential consumer of pap flour. The two equations are:

The first hurdle shows the explicit form of the probit model as:

$$Y^* = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + e_i \dots\dots(3)$$

Where:

$Y^*$  represents respondents decision to buy or not to buy pap flour

$Y = 1$  means respondent has preference for pap flour

$Y = 0$  means respondent has no preference for pap flour

$X_1$  represents age (in years) of respondent

$X_2$  represents household size of respondent

$X_3$  represents monthly income of respondent (₺)

$X_4$  represents years of schooling of respondent

$X_5$  represents sex of respondent (Male = 1, Female = 0)

$X_6$  represents marital status of respondent (Married = 1, others = 0)

$X_7$  represents educational status

$e_i$  represents the error term

$B_i$  represents the coefficients,  $i$  runs from 1 to 7

The second hurdle is a Tobit model given as:

$$P^* = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + e_i$$

Where:

$P^*$  represents the amount spent on pap flour by respondent per month

$X_1$  represents age (in years) of respondent

$X_2$  represents household size of respondent

$X_3$  represents monthly income of respondent (₺)

$X_4$  represents years of schooling of respondent

$X_5$  represents duration of consumption of a pack of pap flour (in weeks)

$X_6$  represents sex of respondents (Male = 1, Female = 0)

$X_7$  represents educational status of respondent (Yes = 1, No = 0)

$X_8$  represents marital status (Married = 1, Single = 0)

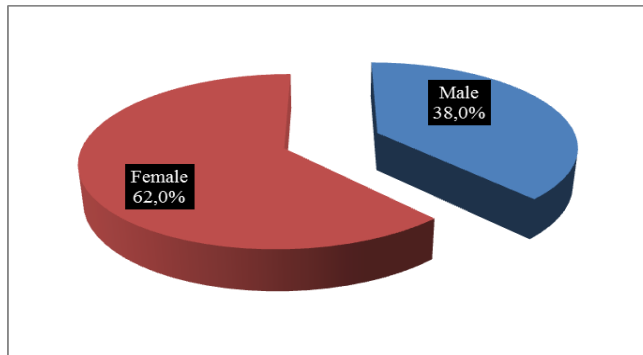
$e_i$  represents the error term

$B_i$  represents the coefficients,  $i$  runs from 1 to 8

#### 4. RESULTS and DISCUSSION

#### 4.1. Socioeconomic characteristics and perception of respondents on pap flour

The study revealed that majority of the respondents (62.0%) were female (see Figure 1). This is in line with the studies by Gideon et al. (2014); Basorun (2008); Opoku and Akorli (2009) and Kassali et al. (2010) that women are mostly household decision makers with regard to food consumption. Also, most of the respondents (42.6%) were between ages 18 and 27 years. This implies that most of the respondents were in their active working which is in agreement with the findings of Adejumo (2015).



**Figure 1. Sex distribution of respondents**

Table 1 shows that most respondents (52.9%) were single. This is in agreement with similar study by Sowunmi et al. (2009) which showed that 66.7% of their respondents were single. The average household size was 5.4 while most respondents (57.4%) had a household size of 4 - 6 persons. The positive skewness affirmed that most of the respondents had household size less than 5.4. Generally, urban dwellers are compelled to have small family size due to socioeconomic factors. The study revealed that 89.6% of the respondents possessed at least highest OND/NCE certificates while 38.4% of the respondents had B.Sc/HND certificates (see Table 1). Also, 38.8% of the respondents were private workers or employees. The respondents' average monthly income was ₦137, 753 while most respondents earned less than the average monthly income (positive skewness). The average monthly expenditure on pap flour was ₦553.50 while 0.53% of respondents' monthly income was spent on pap flour.

**Table 1. Socioeconomic characteristics of respondents**

Age (years)	Frequency	Percentage
18 – 27	103	42.6
28 – 36	51	21.1
37 – 45	38	15.7
46 – 54	37	15.3
55 – 63	10	4.1
64 and above	3	1.2
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>100</b>
Mean	33.7	
Skewness	0.8	
Household size	Frequency	Percentage
1 – 3	47	19.4
4 – 6	139	57.4
7 – 9	42	17.4

10 and above	14	5.8
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>100</b>
Mean	5.4	
Std. Deviation	2.5	
Skewness	1.6	
<b>Educational status</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
No formal education	1	0.4
Primary school	3	1.2
Secondary school	21	8.7
OND/NCE	36	14.9
B.Sc/HND	93	38.4
Postgraduate	86	35.5
Others (specify)	2	0.8
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>100</b>
<b>Monthly income (₺)</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Less than 50,000	67	27.7
50,001 – 150,000	77	31.8
150,001 – 250,000	22	9.1
250,001 – 350,000	13	5.4
350,001 – 450,000	8	3.3
450,001 – 550,000	5	2.1
550,001 – 650,000	3	1.2
Above 650,000	3	1.2
Mean	₺137753.0	
Skewness	1.9	

Source: Field survey (2017)

Most respondents (74.8%) were aware of pap flour out of which 48.1% got to know about pap flour through friends and relatives. It was further revealed that more than half of the respondents in the study area (56.2%) consumed pap flour (see Table 3). The frequency of consumption of pap flour by 41.2% of the respondents was once a week. Most respondents (30.9%) claimed that they consumed pap flour because it saves time. The study revealed that 44.3% of the respondents did not consume pap flour because they disliked it. The study affirmed that respondents' occupation influenced perception on pap flour consumption ( $p < 0.05$ ) (see Table 2).

**Table 2. Chi-Square tests result**

	Value	Df	Asymptotic Significance (two-sided)
Pearson Chi-Square	16.741 <sup>a</sup>	6	.010
Likelihood Ratio	17.367	6	.008
N of Valid Cases	242		

Source: Field survey (2017).

**Table 3. Respondents' perception on pap flour**

<b>Awareness</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Aware	181	74.8
Not aware	61	25.2
<b>Source of Awareness</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
In the market	66	36.5
Through friends and relatives	87	48.1
Advertisement on radio/TV	18	9.9
Internet	9	5
Others	1	0.5
Total	181	100
<b>Reasons for consuming pap flour</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Saves time	42	30.9
Tastes better	9	6.6
Convenience	20	14.7
Less stress	39	28.7
More hygienic	24	17.6
Others (specify)	2	1.5
<b>Total</b>	136	100
<b>Reasons for not consuming pap flour</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percentage</b>
Price	3	2.8
Availability	12	11.3
Don't like pap flour	47	44.3
I don't know about it	40	37.7
Others	4	3.9
<b>Total</b>	106	100

Source: Field survey (2017)

#### 4.2. Determinants of households' decision to consume pap flour in the study area

The probit regression result (see Table 4) shows a negative log likelihood (-150.79) which indicated how quickly the model converged. The significance of likelihood ratio means that the model has a good fit ( $p < 0.01$ ); while pseudo R<sup>2</sup> was low. Out of the seven independent variables, coefficients of four variables statistically influenced respondents' choice of pap flour. These were household size ( $p < 0.1$ ), monthly income ( $p < 0.01$ ), years of schooling ( $p < 0.01$ ) and marital status ( $p < 0.05$ ). Specifically, the result shows that for an infinitesimal change in household size, the probability that the household will choose pap flour will reduce by 2.5%. Also, as the monthly income household head increases, the probability of choosing increases marginally (0.00009%). This may be attributed to the fact that household with large size prefers the wet pap which is cheaper but with lower shelf life. Moreover, the longer a respondents spent in school, the probability that pap flour will be chosen is 2.2%. Education makes consumers to appreciate quality product in term of packaging and the shelf life. The result also shows that the probability to consume pap flour increases among married respondents (see Table 4). Home prepared food including pap is common among the married. Using the predicted probabilities from the probit regression model, the average probability that a respondent chosen at random in the study area will consume pap flour was estimated (0.83). This implies that in every 100 persons chosen in the study area, 83 will consume pap flour.

**Table 4. Probit Analysis Result**

Variables	Coefficient	Std. Err.	z	P>z	dy/dx
Age of respondent (X <sub>1</sub> )	-0.0023437	0.0135032	-0.174	0.862	-0.00218
Household size (X <sub>2</sub> )	-0.0638267*	0.0342686	-1.863	0.063	-0.02568
Monthly income (X <sub>3</sub> )	2.29E-06***	8.47E-07	2.704	0.007	8.80E-07
Years of schooling (X <sub>4</sub> )	0.0547232***	0.0209784	2.609	0.009	0.022134
Sex of respondent (X <sub>5</sub> )	-0.0796571	0.1817436	-0.438	0.661	-0.02485
Marital status (X <sub>6</sub> )	0.5572624**	0.2380027	2.341	0.019	0.020539
Educational status (X <sub>7</sub> )	-0.5306114	0.6868089	-0.773	0.440	-0.19395
Constant	-0.0013425	0.7536633	-0.002	0.999	

Number of obs = 240, LR chi2(7) = 26.85\*\*\*, Prob > chi2 = 0.0008, Log likelihood = -150.79  
Pseudo R<sup>2</sup> = 0.3817

Note: \*\*\* indicates significant at 1%, \*\* indicates significant at 5%, \* indicates significant at 10%.

Source: Field survey (2017)

### 4.3. Determinants of monthly household expenditure on pap flour

The Tobit regression result (see Table 5) shows that log likelihood is -1127.94. This indicates that the model converged quickly. The likelihood ratio (69.22) was significant ( $p < 0.01$ ). This means that the model has a good fit. The pseudo R<sup>2</sup> was moderate. The table shows that the coefficients of household size ( $p < 0.05$ ), monthly income ( $p < 0.01$ ), years of schooling ( $p < 0.01$ ), duration of consumption ( $p < 0.01$ ), educational status ( $p < 0.05$ ) and marital status ( $p < 0.1$ ) were statistically significant. These independent variables influenced consumer's monthly expenditure on pap flour. The coefficients of monthly income, years of schooling, duration of consumption, educational status and marital status positively influenced monthly expenditure on pap flour while household size has a negative relationship with consumer's monthly expenditure.

**Table 5. Tobit Analysis Result**

Variables	Coef.	Std. Err.	z-value	P>t
Age of respondent (X <sub>1</sub> )	-3.629403	6.460524	-0.562	0.575
Household size (X <sub>2</sub> )	-8.653274**	3.77524	-2.292	0.022
Monthly income (X <sub>3</sub> )	0.0007664***	0.0002491	3.077	0.002
Years of schooling (X <sub>4</sub> )	31.11743***	10.59157	2.938	0.004
Duration of consumption (X <sub>5</sub> )	117.9074***	18.34406	6.428	0.000
Sex of respondent (X <sub>6</sub> )	-87.58886	89.7417	-0.976	0.330
Educational status (X <sub>7</sub> )	95.05149**	47.4335	2.004	0.045
Marital status (X <sub>8</sub> )	124.5145*	68.9633	1.806	0.071
Constant	-615.4755	421.886	-1.459	0.146

Number of obs = 240, LR chi<sup>2</sup>(8) = 69.22, Prob > chi<sup>2</sup> = 0.0000, Pseudo R<sup>2</sup> = 0.5150,  
Log likelihood = -1127.94

Note: \*\*\* indicates significant at 1%, \*\* indicates significant at 5% and \* indicates significant at 10%.

Source: Field survey (2017)

## 5. CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Processing of agricultural products does not only reduce postharvest losses but also add values to the product. Thus, attracting better price than the raw product. The study showed that among the residents, the awareness on pap flour was high but the effective demand was low. The consumers acknowledged that pap flour saves time and the shelf life is longer compared to wet pap. However, the demand for the product was high among the well educated, high income earners and married respondents with small household size. In order to maximize pap flour sales by producers and marketers, the need to identify segmented market is important; with the aforementioned characteristics possessed by the targeted consumers.

## REFERENCES

- ABDULRAHAMAN, A. A. and KOLAWOLE, O. M. (2006). "Traditional preparations and uses of maize in Nigeria". *Ethnobotanical Leaflets*, 10: 219-277.
- ADEBAYO, A.O. (2008). Using cassava waste to raise goats. Project 2008-4345. World Bank Development Marketplace.
- ADEJUMO, J. A. (2015). Willingness to pay for pondo yam in the University of Ibadan. Department of Agricultural Economics, University of Ibadan.
- ADENIJI, A. O. and POTTER, N. N. (2014). "Properties of Ogi powder made from normal, fortified and opaque-2 corn". *Journal of Food Science*, 43:1571-1574.
- ADERIYE, B. I. and LALEYE, S. A. (2003). "Relevance of fermented food products in Southwest Nigeria". *Plant Foods Human Nutrition*, 58: 1-16.
- AGBOOLA, O. M. (2014). Consumers' preference for imported and domestic rice in Ibadan Local Government Area of Oyo State, Nigeria.(Unpublished). Department of Agricultural Economics, University of Ibadan.
- AHMED, B. (2006). Economic analysis of fertilizer used in maize production in maize production in the northern guinea savannah of Nigeria. Unpublished Ph.D thesis, Department of Agric. Economics and Rural Sociology, Ahmadu Bello University, Zaria: Nigeria
- AKINBODE, S. O. and DIPEOLU, A. O. (2012). "Double hurdle model of fresh fish consumption among urban households in South-West Nigeria". *Current Research Journal of Social Sciences*, 4(6): 431-439.
- AKINGBALA, J. O., ONOCHIE, E. U., ADEYEMI, I. A. and OGUNTIMEHIN, G. B. (1987). "Steeping of whole dry milled maize kernels in Ogi preparation". *Journal of Food Processing and Preservation*, 11: 1-11.
- ASHAYE, A. (1983). Suitability of Nigerian soils to mechanical. *Proceedings of the first National tillage symposium of the NSAE*, pp. 57-69.
- BAIDOO, R., STAMPS, R. H. and CROW, W. T. (2014). "Pathogenicity and management of *Meloidogyne incognita* on *pittosporumtobira* in Florida". *Journal of Nematology*, 46: 135-136.
- BASORUN, J. O. (2008). "Analysis of the relationship of factors affecting rice consumption in a targeted region in Ekiti State", Nigeria. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 4(2): 145-153.

- CBN (2016). Central Bank of Nigeria: Monetary policy decisions.
- EDEMA, M. O., OMEMU, A. M. and BANKOLE, M. O. (2005). Microbiological safety and quality of ready-to-eat foods in Nigeria. In: the Book of Abstract of the 29th Annual Conference and General meeting (Abeokuta 2005) on Microbes as Agents of Sustainable Development, organized by Nigerian Society for Microbiology (NSM), University of Agriculture, Abeokuta, from 6th-10th November, p. 26.
- EKWU, F. C., OZO, N. O. and IKEGWU, O. J. (2005). "Quality of fufu flour from white yam varieties (Dioscoreaspp)". Nigerian Food Journal, 23(1): 107 - 113.
- ERHABOR, P. O. I. and OJOGHO, O. (2011). "Effect of quality on the demand for rice in Nigeria". Journal of Food Technology, 9(2): 66-74.
- FAO (2008). Food and Agriculture Organization of the United Nations, Cassava for food and energy: Investing in cassava research and development could boost yields and industrial uses. <http://www.fao.org/newsroom/en/news/2008/1000899/index.html> (accessed 08/12/10).
- FAOSTAT (2014). Food and Agriculture Organization Corporate Statistical Database, 2014.
- GIDEON, D., Mubarak, A. and Francis, B. (2014). Determinants of consumer preference for local rice in Tamale, Metropolis, Ghana. Department of Agricultural and Resource Economics, University for Development Studies. P.O. Box. TL 1882, Tamale Ghana.
- IGBEDIOH, S. O., OGBENI, A. O. and ADOLE, G. M. (2006). "Infant weaning practices of some Tiv women resident in Makurdi, Nigeria". Nutritional Health, 11(1): 13-28.
- IITA (2007). International Institute of Tropical Agriculture (IITA) Maize. Retrieved from: [www.iita.org/cms/details/maize\\_project\\_details.aspx?zoneid=63&articleid=273-17k](http://www.iita.org/cms/details/maize_project_details.aspx?zoneid=63&articleid=273-17k), Accessed on: 2 November 2007).
- IITA (2009). International Institute of Tropical Agriculture, Annual Report on Maize Production. IITA, Ibadan, Oyo State, Nigeria.
- IZUCHUKWU, O. O. (2011). "Analysis of the contribution of agricultural sector on the Nigerian economic development". World Review of Business Research, 1(1): 191-200.
- JEFFREY, A. G. and MARIA, N. G. (2013). "Processing maize flour and corn meal food products." Annals of the New York Academy of Sciences, 1312(1): 66-75.
- KASSALI, R., KAREEM, R. O., OLUWASOLA, O. and OHAEBGULAM, O. M., (2010). Analysis of demand for Rice in Ile-Ife, Osun State, Nigeria. Journal of Sustainable Development in Africa, 12(2): 263-278.
- KOUTSOYIANNIS (1979). Modern Microeconomics: Macmillan Press Ltd, Houndmills, Basingstoke, Hampshire RG21 6XS and London. pp 13-28.
- OKE, L. (2006). "Pediatric skills for occupational therapy assistants." Journal of Paediatrics and Child Health, 42(7-8): 482.
- OLAITAN, O. L. (2011). "Factors influencing the choice of family planning among couples in South-west Nigeria." International Journal of Medicine and Medical Sciences, 3(7): 227-232.

- OLANIYAN A. B. (2015). "Maize: panacea for hunger in Nigeria". *African Journal of Plan Science*, 9(3):155-174.
- OLORUNFEMI, D.I, DEDE A. P. O. and IDU, M. (2005). Production of fermented cereal powders. Research article. Department of Botany, University of Benin.
- OLUSEYI, A. and ENAJITE, O. (2013). "Malnutrition in pre-dialysis chronic kidney disease patients in a teaching hospital in Southern Nigeria". *Africa Health Science*, 16(1): 234-241.
- OPOKU, R. A. and AKORLI P. A. K. (2009). "The preference gap: Ghanaian consumers' attitudes toward local and imported products". *African Journal of Business Management*, 3(8):350-357.
- ORIOLA, E. O. (2009). "Irrigation agriculture: An option for achieving the millennium development goals in Nigeria". *Journal of Geography and Regional Planning*, 2(7): 176-181.
- OYINBO, O., OMOLEHIN, R. A. and ABDULSALAM, Z. (2014). "Household consumption preference for imported and domestic Rice in Kaduna State, Nigeria: implication for rice quality improvement". *Production Agriculture and Technology Journal*, 9(1):29-37.
- SHAJEELA, P. S., MOHAN, V. R., LOUIS J., TRESINA, L. and SORIS, P. (2011). "Nutritional and anti-nutritional evaluation of wild yam (*Dioscorea spp.*)". *Tropical and Subtropical Agroecosystems*, 14(2): 723-730.
- SOWUNMI, F. A., AROYEUN, S. O., OKORUWA, V. O. and BIOBAKU, M. O. (2009). "Tea consumption in Ogun State, Nigeria: Prevalence and characteristics of consumers". *Current research Journal of Social Sciences*, 1(1): 24-30.
- World Bank (2008). *World Development Report 2008: Agriculture for development*. The world Bank, Washington DC.



# Sivil Toplum Kuruluşlarında Finansal Şeffaflık: Türkiye ve ABD Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi\*

(Araştırma Makalesi)

*Financial Transparency in Nonprofit Organizations: The Comparative Analysis of Turkish and US Practices*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.658182

**Mehmet Fatih GÜNER**

Doç. Dr., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü  
fatihguner01@gmail.com

Orcid No: : 0000-0002-1388-8681

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Güner, M.F. (2020). Sivil Toplum Kuruluşlarında Finansal Şeffaflık: Türkiye ve ABD Uygulamalarının Karşılaştırmalı Analizi. Alanya Akademik Bakış, 4(1), Sayfa No. 39-51.

## Anahtar kelimeler:

Sivil Toplum Kuruluşları,  
Hesap Verebilirlik,  
Finansal Şeffaflık,  
Form 990

Makale Geliş Tarihi:  
11.12.2019  
Kabul Tarihi:  
22.01.2020

## Keywords:

Nonprofit Organizations,  
Accountability,  
Financial Transparency,  
Form 990

**JEL Classification Codes:** M14, M48, H83

## ÖZET

İyi yönetim, sürdürülebilir finansman ve toplumsal destek Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) varlıklarını devam ettirebilmeleri açısından çok önemlidir. Başarılı STK'lar faaliyetleri ve finansal durumları hakkında paydaşlarını bilgilendirmekte, bir anlamda paydaşlarına hesap vererek sürdürülebilir başarıyı gerçekleştirmektedirler. Bu araştırmanın amacı STK'lardaki hesap verebilirliğin neden gerekli olduğunu kuramsal açıdan ortaya koyarak hesap verebilirlik bağlamında Türkiye ve ABD uygulamalarını karşılaştırmalı olarak incelemektir. Bu çerçevede iki ülkenin mevzuatı karşılaştırılmış, özellikle ABD'deki Form 990 uygulamasının Türkiye'deki beyannamelerden farkı araştırılmıştır. ABD'deki hesap verebilirlik uygulamalarının Türkiye'deki uygulamalara kıyasla daha kapsamlı finansal bilgiler sunduğu ve bu bilgilerin kamuoyuna daha açık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## ABSTRACT

Good governance, sustainable finance and public support are essential for Nonprofit Organizations (NPOs) in order to exist. Successful NPOs perform sustainable success by providing information to stakeholders, in other words accountability to stakeholders. The aim of this study is to compare Turkish and US practices in the context of accountability by presenting why accountability is necessary for NPOs. In this context, the legislation of the two countries has been compared and the Form 990 in the USA has been reviewed and the differences between the Turkish forms and Form 990 have been revealed. It has been concluded that accountability practices of NPOs in U.S. provides more comprehensive financial information than their Turkish counterparts; and in the US, more stakeholders have access to it.

\* Bu araştırma, 18-20 Nisan 2019 tarihinde Alanya'da düzenlenen 6. Uluslararası Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumunda bildiri olarak sunulmuştur.

## 1. GİRİŞ

Sivil Toplum Kuruluşları (STK) çok eski tarihlerden günümüze sosyal, siyasal ve ekonomik düzenin önemli bir aktörü olarak faaliyet göstermektedir. Önceleri daha çok gönüllülük ilkesi çerçevesinde ve ulusal sınırlar içerisinde yürütülen sivil toplum faaliyetleri, göreceli olarak küçük örgütler/kurumlar tarafından gerçekleştirilmekteydi. Küreselleşme, bilişim ve iletişim teknolojileri gibi temel etkenler toplumsal gelişim, kamu yönetimi reformları, siyaset sosyolojisi ve demokratikleşme gibi unsurlar ile sivil toplum kavramını ve uygulamalarını da etkilemektedir. Bu etkileşim sivil toplum alanında faaliyet gösteren kurumları çeşitlilik, sosyolojik rol ve ekonomik büyüklük bağlamında önemli ölçüde zenginleştirmiştir. STK'lar küçük yerel derneklerden çok geniş ve oldukça profesyonel kuruluşlara (Şahin ve Öztürk, 2008:15) farklı alanlarda çalışan gönüllü örgütlerden düşünce kuruluşlarına, sosyal hareketlerden vatandaşlık girişimlerine, hükümet-dışı örgütlerden sendikalara ve meslek odalarına kadar geniş bir yelpaze içinde hareket etmektedirler (Keyman, 2006:10).

Günümüzde vakıf, dernek, meslek örgütü, sendika, siyasi parti çatısı altında on binlerce sivil toplum hareketi faaliyet göstermektedir. Devasa bir büyüklüğe ulaşan sivil toplum dünyasının düzenli çalışabilmesi için bu alanda yasaların ya da standartların belirlenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede STK'ların kuruluş, örgütlenme, finansman, faaliyetlerin yürütülmesi ve kontrolü gibi başlıklarda çeşitli yasal düzenlemelere konu olduğu görülmektedir. STK'larda hesap verebilirlik olarak da tanımlanan STK'ların faaliyetleri ve faaliyetlerinin finansal sonuçları hakkında paydaşlarını bilgilendirmeleri de yasalarla düzenlenen konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Konusu sadece STK'larda hesap verebilirlik ile sınırlı olan bu araştırmanın iki temel amacı bulunmaktadır:

1. Hesap verebilirlik kavramı çerçevesinde STK'ların neden kamuoyunu bilgilendirmeleri gerektiğini kuramsal açıdan ele alarak Türkiye'deki durumu ortaya koymaktır.
2. Türkiye ve ABD'deki hesap verebilirlik mevzuatını karşılaştırmak, özellikle ABD'de başarılı bir şekilde uygulanan STK'ların kamuoyunu tatmin edici bir şekilde bilgilendirmelerini sağlayan etkili bir araç olan Form 990 uygulaması hakkında bilgi vermek ve bu uygulamanın Türkiye'de uygulanabilirliğini araştırmaktır.

Bu bağlamda ilk olarak hesap verebilirlik kavramı vekâlet kuramı ve paydaş kuramı açısından değerlendirilerek STK'ları hesap verebilirliğe zorlayan etkenler açıklanmaktadır. Sonra Türkiye'de STK'larda hesap verebilirlik hakkındaki mevzuat incelenmektedir. Daha sonra ABD'de kullanılan Form 990 isimli beyanname detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Son olarak değerlendirme ve öneriler başlığı altında Türkiye ve ABD hesap verebilirlik uygulamaları karşılaştırılmaktadır.

## 2. STK'LARDA HESAP VEREBİLİRLİK: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Hesap verebilirlik bir kişi ya da kurumun yürüttüğü faaliyetleri ve bunların sonuçlarını ilgi duyanlara ve yasal mercilere bildirme yükümlülüğü olarak tanımlanmaktadır (Yüesti vd., 2016). Başlangıçta sadece sivil toplum yazınında kullanılan ve STK'ların uygulamaya çalıştığı hesap verebilirlik kavramı zamanla işletme yönetimi ve kamu yönetimi yazınında da sıklıkla kullanılır olmuştur (Lee, 2004). Lloyd (2005:3) hesap verebilirlik kavramının geleneksel olarak "vekâlet kuramı" kapsamında değerlendirildiğini, bunun özel işletmeler için doğru olabileceğini ama STK'larda hesap verebilirliği "paydaş kuramı" kapsamında

değerlendirmenin daha doğru olacağını ifade etmektedir. Vekâlet kuramı mülkiyeti elinde bulunduran pay sahipleri (asıllar) ile başka bireyler (vekiller) arasında, bazı karar verme yetkilerini de içeren yönetim hizmetlerini yerine getirmesi amacıyla bir sözleşme geliştirilmesidir (Mirze ve Ülgen, 2013:465). Vekâlet kuramına göre vekilin, asılı faaliyetler ve faaliyet sonuçları hakkında bilgilendirmesi gerekmektedir. Çünkü vekil yönetim eyleminden sorumlu olan kişi olarak asıldan işletme ile ilgili olarak daha fazla bilgiye sahip olabilmektedir (Çelik ve Bedük, 2014). Bunu sağlamak için yasal teşvikler ve yaptırımlar bulunmaktadır. Vekâlet kuramının STK'lara uyarlanması durumunda bağışçılar, devlet ve söz konusu STK'nın yönetim kurulu gibi birimler bilgilendirilirken STK'ların sunduğu hizmetlerin kullanıcıları ihmal edilebilmektedir. Bundan ötürü “vekâlet kuramı” yerine “paydaş kuramı” STK'larda hesap verebilirlik açısından daha faydalıdır (Lloyd, 2005:3).

Paydaş kuramı, bir işletmenin/kuruluşun varlığını devam ettirebilmesi için paydaşların beklentilerini karşılaması gerektiğini ileri süren bir yaklaşımdır. Ertuğrul'a göre (2008:207) paydaş kavramı dar tanımıyla kuruma doğrudan ekonomik fayda sağlayan grupları; geniş tanımıyla kurumun faaliyetlerinden etkilenen ya da faaliyetleri etkileyen herkesi kapsamaktadır. Geniş tanımın içerisine insanlar arasındaki ilişkilerin yanı sıra insan ve çevre ilişkisi de dahil edilebilir (Yuesti vd., 2016). Kuruluşun başarısının kuruluşun amacının gerçekleşmesini etkileyebilecek müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, ortaklıklar, finans sağlayanlar ve diğer ana (hedef) kitleleri ile olan ilişkilerini nasıl yönettiğine bağlı olduğu fikrine dayanan (Çınarlı, 2014) paydaş kuramı hangi paydaş gruplarının yönetimin ilgisini gerektirdiğini ve bu ilgiyi hak ettiğini sistematik bir şekilde belirlemeye yardımcı olmaktadır. Bu sistematik süreç kurum kaynaklarının gereksiz faaliyetlere ve düşük önem derecesine sahip paydaşlara yönltilmesine engel olarak yöneticilere destek sağlamaktadır (Ertuğrul, 2008:205).

Paydaş kuramına göre STK'larda hesap verebilirliği dört farklı grupta sınıflandırmak mümkündür (Lee, 2004). Birincisi STK'ların kendilerine finansal destek ve yasal çalışma ortamı sağlayan bireysel bağışçılara, kurumsal bağışçılara ve devlete hesap vermeleridir. İkincisi STK'ların sunduğu hizmetlerden ve olanaklardan faydalanan kullanıcılara hesap vermeleridir. Üçüncüsü STK'ların kendileridir. Misyon, değerler, çalışanlar ve yöneticileri göz önünde bulundurarak kendi kendilerine hesap vermeli, öz değerlendirme yapmalıdırlar. Sonuncusu ise STK'ların kendileri ile benzer işi yapan diğer STK'lara hesap vermeleridir. Paydaş kuramına göre sürdürülebilir başarı elde etmek isteyen STK'lar paydaşların beklentilerini karşılamadır. Bir kuruluşun paydaşları ile ilişkilerini güçlendirmesi, paydaşlarını anlamaya çalışması ve onların beklentilerini karşılama çabası içerisinde olması o kuruluşu sorumlu yönetim, yenilikçilik, değişime uyum, sürdürülebilir finansal destek, kaynakların verimli kullanımı, misyona uygun faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gibi yetkinlikleri kazandırmaktadır. Bu yetkinlikler ise STK'ların varlıklarını devam ettirmelerini sağlamaktadır.

Hesap verebilirlik kavramının gerekliliğini kuramsal bağlamda açıklayan bu yaklaşımlara ek olarak uygulamada STK'ları hesap verebilirliğe zorlayan çeşitli nedenler vardır. Bunları üç başlık altında toplamak mümkündür (Murtaza, 2012; McConvillea ve Corderyb, 2018; Rodriguez vd., 2012).

Birincisi STK'ların finansmanının doğrudan ya da dolaylı olarak toplum tarafından yapılmasıdır. KUSİF'e göre (2017) Türkiye'deki durumda STK'ların finansman modelleri, kendini sürdürülebilir gelir getirici modellerden karma gelir modellerine ve yalnızca

hayırseverliğe dayalı inisiyatifler tarafından verilen bağışlara kadar değişim göstermektedir. Bununla birlikte başlıca gelir kaynakları önemli ölçüde üyelik aidatları ile bireylerin ve kurumların yaptığı bağışlardan oluşmaktadır (Çarkoğlu ve Aytaç, 2016; Kurt ve Taş, 2015). Bağışlar ve üye aidatları gibi iki temel finansman kalemi (Kurt ve Taş, 2015) doğrudan finansman aracı olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan kamu yararına faaliyet gösteren STK'lara yapılan bağışların, bağışçıların vergi matrahından indirilebilmesini mümkün kılan vergisel düzenlemeler, devletin tahsil edebileceği vergi gelirlerinin STK'larına aktarılması anlamına geldiğinden bu bağışların dolaylı finansman olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Finansmanı sağlayan toplum olduğundan, STK'ların faaliyetleri ve bunların finansal sonuçları hakkında toplumu bilgilendirmeleri gerekmektedir. Yalçın vd.'ye (2016) göre fon verenler doğrudan veya dolaylı olarak yaratılan değişimi anlamak, bilgi edinmek ve kaynaklardan en üst düzeyde yararlanıldığından emin olmak için STK'ların yürüttükleri faaliyetlerin etkileri hakkında bilgi sahibi olmayı istemektedir. Hatta STK'lara fon sağlayan kurumlar, STK'ların yaratmayı amaçladığı değişimlerin önceden saptanması, değişim alanlarına ilişkin göstergelerin belirlenmesi, ölçümleme ve değerlendirme yapılması gibi faaliyetleri içeren sosyal etki değerlendirmesinin yapılmasını beklemektedirler (Yalçın vd., 2016).

STK'ların faaliyetleri ve finansman sonuçları hakkında kamuoyunu bilgilendirmelerini gerektiren ikinci neden ise STK'larla ilgili olumsuz haberlerdir. STK'ların temel amacı topluma hizmet ya da kamu yararı olmasına rağmen dönem dönem STK'ların adı ya da STK yöneticileri çeşitli yolsuzluk iddiaları ile anılmaktadır (Rodriguez vd., 2012:663). Ayrıca STK'ların terörün finansmanı, kara para aklama gibi yasa dışı işlerde kullanıldığı da görülmektedir (Murtaza, 2012). Ulusal ve/veya çokuluslu STK yöneticilerinin karıştığı iddia edilen yolsuzluk ve yasa dışı eylemlere ilişkin haberler, sadece habere konu olan STK'ları etkilememekte, diğer STK'ları da olumsuz etkileyerek bu kuruluşların meşruiyetlerine zarar vermektedir. Bu tür olaylardan ötürü STK'ların daha şeffaf olmasına yönelik güçlü bir talep söz konusudur.

Üçüncüsü STK'ların üstlendikleri misyon ve yarattıkları ekonomik katma değer ile sosyal ve ekonomik yaşamın oldukça önemli bir unsuru haline gelmiş olmalarıdır. Gelişmiş ülkelerin önemli göstergelerinden biri olan güçlü sivil toplum hareketlerinin oluşabilmesi güvene dayalı bir ortamın varlığına bağlıdır. Bu ortam için de sivil toplum paydaşlarının bilgilendirilmesi gerekmektedir. Çünkü sivil toplum hareketleri her ne kadar bünyesinde profesyonel çalışanlar istihdam etseler de özü itibarıyla gönüllülük esasına dayalıdır. Gönüllü katkı sağlayacak bireylerin ve kurumların ikna edilmesinde bilgilendirmeler önemli rol oynamaktadır. Buradaki temel amaç toplumsal güveni artırma yoluyla bağışçılığı yaygınlaştırmaktır. Toplumsal güveni sağlamak için STK'lardan muhasebe standartlarına göre hazırlanmış yıllık raporlar istenilmektedir (McConvillea ve Corderyb, 2018).

### 3. TÜRKİYE'DE STK'LAR VE HESAP VEREBİLİRLİK

Türkiye'de faaliyet gösteren STK'ların hesap verebilirliği yasal hesap verebilirlik ve gönüllü hesap verebilirlik olmak üzere iki bölümde incelenebilir. Yasal hesap verebilirlik kapsamı ve yöntemi yasalarla belirlenmiş denetim ve bildirim sorumluluğudur. Bazı STK'lar yasal düzenlemelerin ötesine geçmekte, küresel iyi uygulama örneklerinden esinlenerek faaliyetleri ve performansı hakkında daha detaylı raporlar hazırlamakta, bunları kamuoyu ile paylaşmaktadır. Bu durumu gönüllü hesap verebilirlik olarak tanımlamak mümkündür.

### 3.1. Yasal Hesap Verebilirlik

Yasal hesap verebilirliğin kapsamı, yöntemi, verilecek beyannameler ve raporlama yapılacak merciler yasalarla düzenlenmiştir. Hesap verebilirlik hakkındaki düzenlemeler genellikle mevzuatın denetim, beyanname ve bildirim başlığı altında yer almaktadır. STK'larda iç ve dış denetim olmak üzere iki denetim sistemi bulunmakta ve denetim sonuçları farklı mercilere raporlanmaktadır. Yasal düzenlemelerde ilke olarak özdenetim öngörülmüş ve denetim işlevinin STK'ların yetkili kurulları olan denetim kurulu tarafından yapılması benimsenmiştir. Denetim kurulları yönetimi özellikle finansal yönden incelemekte ve bir rapor hazırlayarak tüm üyelerin katılabildiği genel kurula sunmaktadır. Dış denetimde bağımsız denetim kuruluşları ve kamu idarelerinden oluşan karma bir model bulunmaktadır. Ülkemizde STK'lar vakıf, dernek, sendika, siyasi parti ve meslek örgütü tüzel kişilikleri altında faaliyet göstermektedirler. Kuruluş, örgütlenme, yürütme, iç ve dış denetim, beyanname verme, tasfiye gibi konular yasalar ve yönetmeliklerle düzenlenmiş ve her bir STK grubu bir kamu idaresi ile ilişkilendirilmiştir. STK'lar ve kamu idareleri arasındaki ilişki hiyerarşik bir üst-üst ilişkisi şeklinde anlaşılmamalıdır. Tablo 1 Türkiye'deki STK gruplarını ve ilişkili kamu idaresini göstermektedir:

**Tablo 1. Sivil Toplum Kuruluşları ve İlişkili Kamu İdaresi**

Sivil Toplum Kuruluşu	İlgili Kamu İdaresi
Vakıflar	Kültür ve Turizm Bakanlığı Vakıflar Genel Müdürlüğü
Dernekler	İçişleri Bakanlığı Sivil Toplum İlişkileri Genel Müdürlüğü
Sendikalar	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
Siyasi Partiler	Anayasa Mahkemesi, Yargıtay Başsavcılığı
	<i>TÜRMOB</i>
	Hazine ve Maliye Bakanlığı
	<i>TMMOB</i>
	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı
Meslek Örgütleri	<i>Türk Tabipleri Birliği</i>
	Sağlık Bakanlığı
	<i>Ticaret ve Sanayi Odaları</i>
	Ticaret Bakanlığı
	<i>Barolar Birliği</i>
	Adalet Bakanlığı

Vakıflarda Denetim ve Bildirim Yükümlülükleri: Vakıf yönetimi; vakfın yönetici veya yönetim kurulu üyeleri listesini, bir önceki yıla ait faaliyet raporlarını, bütçe ve bilançolarını, gayrimenkullerini, malî tablolarını ve bu tabloların uygun araçlarla yayımlandığına dair belgeyi, işletme ve iştiraklerinin malî tabloları ile yönetmelikle belirlenecek diğer bilgileri içeren beyannameyi her takvim yılının ilk altı ayı içerisinde Genel Müdürlüğe verir. Mülhak, cemaat, esnaf vakıfları ile yeni vakıflarda iç denetim esastır. Vakıf; organları tarafından denetlenebileceği gibi, bağımsız denetim kuruluşlarına da denetim yaptırabilir. Vakıf yöneticileri, en az yılda bir defa yapılacak iç denetim raporları ile sonuçlarını, rapor tarihini takip eden iki ay içerisinde Genel Müdürlüğe bildirir. Vakıfların amaca ve yasalara uygunluk denetimi ile iktisadî işletmelerinin faaliyet ve mevzuata uygunluk denetimi Genel Müdürlükçe yapılır.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vakıflar Kanunu (2008, 20 Şubat) Resmi Gazete (Sayı: 26800)  
<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5737.pdf>

Derneklerde Denetim ve Bildirim Yükümlülükleri: Derneklerde iç denetim esastır. Genel kurul, yönetim kurulu veya denetim kurulu tarafından iç denetim yapılabileceği gibi, bağımsız denetim kuruluşlarına da denetim yaptırılabilir. Genel kurul, yönetim kurulu veya bağımsız denetim kuruluşlarınca denetim yapılmış olması, denetim kurulunun yükümlülüğünü ortadan kaldırmaz. Denetim kurulu; derneğin, tüzüğünde gösterilen amaç ve amacın gerçekleştirilmesi için sürdürüleceği belirtilen çalışma konuları doğrultusunda faaliyet gösterip göstermediğini, defter, hesap ve kayıtların mevzuata ve dernek tüzüğüne uygun olarak tutulup tutulmadığını, dernek tüzüğünde tespit edilen esas ve usullere göre ve bir yılı geçmeyen aralıklarla denetler ve denetim sonuçlarını bir rapor halinde yönetim kuruluna ve toplandığında genel kurula sunar.<sup>2</sup>

Dernekler, yılsonu itibarıyla faaliyetlerini, gelir ve gider işlemlerinin sonuçlarını düzenleyecekleri beyanname ile her yıl Nisan ayı sonuna kadar mülki idare amirliğine vermekle yükümlüdürler. Toplam 12 bölümden oluşan bu beyannameye dernek yönetimi, organizasyon yapısı, uluslararası ilişkileri, çalışanları, iktisadi teşekkülleri, kısmen detaylı gelir ve gider tablosu, detaylı bilanço, yapılan ve alınan yardımlar ile sahip olunan varlıklar hakkında bilgi verilmektedir.

Sendikalarda Denetim ve Bildirim Yükümlülükleri: Sendikaların denetimi, kanun ve kuruluşun tüzük hükümlerine göre denetleme kurulları tarafından yapılır. Denetimde, yönetim ve işleyişin, gelir, gider ve bilançoların ve bunlarla ilgili işlemlerin kanun, tüzük ve genel kurul kararlarına uygunluğu incelenir. Kuruluşların gelir ve giderlerine ilişkin mali denetimleri, en geç iki yılda bir denetim yetkisine sahip yeminli mali müşavirlerce yapılır. Denetleme kurulu ve yeminli mali müşavirler tarafından hazırlanan denetim raporları sendika ve konfederasyonların genel kurullarına sunulur. Sendika ve konfederasyonların faaliyet, dış denetim ve denetleme kurulu raporları ile genel kurul kararları, genel kurul tarafından belirlenen uygun vasıtalarla derhal yayımlanır. Genel kurul kararlarıyla uygun vasıtaların belirlenmediği durumlarda; faaliyet, dış denetim ve denetleme kurulu raporları ile genel kurul kararları, sendika ve konfederasyonların kurumsal resmi internet sitelerinin ana sayfasında veya ülke genelinde dağıtımı yapılan günlük bir gazetede derhal yayımlanır.<sup>3</sup>

Siyasi Partilerde Denetim ve Bildirim Yükümlülükleri: Siyasi partilerin mali denetimi Anayasa Mahkemesince yapılır. Anayasa Mahkemesi, siyasi partilerin mal edinimleri ile gelir ve giderlerinin kanuna uygunluğunu denetler. Siyasi partilerin genel başkanları, karara bağlanarak birleştirilmiş bulunan kesin hesap ile parti merkez ve bağlı ilçeleri de kapsayan iller teşkilatının kesin hesaplarının onaylı birer örneğini Haziran ayı sonuna kadar Anayasa Mahkemesine ve bilgi için Yargıtay Cumhuriyet Başsavcılığına vermek zorundadırlar. Bu belgelere, ilgili siyasi partinin aynı hesap döneminde edindiği taşınmaz ve değeri yüz milyon lirayı aşan taşınır malların, menkul kıymetlerin ve her türlü hakların değerleri ile edinim tarihlerini ve şekillerini de belirten listeleri eklenir.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Dernekler Kanunu, (2004, 11 Nisan) Resmi Gazete (Sayı:25649) Erişim adresi: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5253.pdf>

<sup>3</sup> Sendika ve Konfederasyonların Denetim Esasları ve Tutacakları Defterler ile Toplu İş Sözleşmesi Sicili Hakkında Yönetmelik (2013, 26 Kasım) Resmi Gazete (Sayı:28833) Erişim adresi: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131126-7.htm>

<sup>4</sup> Siyasi Partiler Kanunu (1983, 22 Nisan), Resmi Gazete (Sayı: 18027): <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2820.pdf>

Meslek Örgütlerinde Denetim ve Bildirim Yükümlülükleri: Meslek örgütlerinin denetim ve bildirim yükümlülükleri kendi özel kanunlarında münhasıran düzenlenmiştir. Meslek örgütlerinin mali denetimi ve faaliyet denetimi Tablo 1’de yer alan ilgili kamu idarelerince yapılmaktadır. Ayrıca meslek örgütleri yıllık finansal raporlarını belirli sürelerde ilgili kamu idaresine bildirmek zorundadırlar.

### 3.2. Gönüllü Hesap Verebilirlik

Gönüllü hesap verebilirlik, yasal bir zorunluluk olmamasına rağmen STK’ların faaliyetleri ve finansal durumları hakkında paydaşlarını ve kamuoyunu bilgilendirmeleridir. STK’ların konu olduğu yolsuzluk, kaynakların verimsiz kullanımı, israf, yasa dışı eylemlerde yer alma gibi olumsuz nitelikteki haberler bu kurumlara olan toplumsal desteği azaltmaktadır. Toplumsal destek sürdürülebilir başarı için ihtiyaç duyulan finansal bağışların sağlanması ve yurttaşların STK faaliyetlerine katılımı için gereklidir. Toplumsal desteği elde etmenin en önemli yollarından biri STK’lara olan güveni sağlamaktır. Faaliyetlerde ve finansmanda şeffaflık STK’lar hakkındaki soru işaretlerini ortadan kaldırarak, güven duygusunun pekişmesine yardımcı olmaktadır.

Gönüllü hesap verebilirlik konusunda fark yaratan kuruluşların internet sitelerini paydaşlarla iletişim bağlamında etkin bir şekilde kullanarak faaliyetlerde ve finansmanda şeffaflık çabası içerisinde oldukları görülmektedir. STK üst yönetimi ve kurulları hakkında tanıtıcı bilgiler, kilit personel iletişim bilgileri, organizasyon yapısı, şubeleri ve varsa uluslararası ilişkileri, kuruluşun geçmişte ve cari dönemde yer aldığı projeler, bu projelerin sorumluları, proje ortakları, proje kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler hakkında bilgiler ile bülten, dönemsel faaliyet raporu gibi yayınlar faaliyet şeffaflığına örnek olarak verilebilir. Diğer taraftan detaylı bir şekilde hazırlanmış ve kuruluşun geçmiş dönemlerine/cari dönemine ait bilanço ve gelir tablosu, ilişkili taraflarla yapılan işlemler, bütçe/performans değerlendirme gibi ek finansal tablolar, kuruluş tarafından ilgili kamu idarelerine verilen beyannamelerin birer kopyası, bağımsız denetimin yapılması, bağımsız denetim raporunun bir kopyasının paylaşılması, kuruluşun muhasebe yönergesinin paylaşılması finansal şeffaflık bağlamında gönüllü hesap verebilirlik iyi uygulama örnekleri olarak gösterilebilir.

## 4. ABD’DE STK’LAR VE HESAP VEREBİLİRLİK

Çalışmanın bu bölümünde Amerika Birleşik Devletleri’ndeki (ABD) sivil toplum ortamı ve orada faaliyet gösteren STK’ların düzenli bir şekilde hazırladıkları, STK’ların hesap verebilirlikleri bağlamında iyi uygulama örneği olarak değerlendirilebilecek Form 990 beyannamesi hakkında özet bilgi verilmektedir.

### 4.1. ABD’de Sivil Toplum Kuruluşları ve Vergisel Destekler

ABD mevzuatında yardım dernekleri, sendikalar, ticaret odaları, siyasi partiler, kardeşlik örgütleri gibi kuruluşları kapsayan 30’dan fazla STK tanımlanmıştır. Bu STK’lar içerisindeki en büyük ve en etkili grubu vergi mevzuatında teknik bir sınıflandırma, Bölüm 501(c) (3), başlığı altında listelenen ve Türkçe’ye “yardım kurumları” olarak çevirebileceğimiz yardım dernekleri, dini örgütler, hastaneler ve eğitim kuruluşları oluşturmaktadır. Kayıtlı STK’ların üçte ikisi bu gruba girmektedir (McKeever, 2019; Fritz, 2019). Bu gruba giren kurumlar ya yardım kurumu (public charity) ya da vakıf (foundation) olarak sınıflandırılmaktadır. Yardım kurumları, gelirlerinin en az üçte birini toplumdan elde eden ve doğrudan faydalanıcılara hizmet veren kuruluşlardır. Vakıflar ise az sayıda ya da tek bir bağışçının desteği ile

finansman sağlayan, kendisi doğrudan faaliyet gerçekleştirmeyip faaliyet gerçekleştiren diğer yardım kurumlarına bağışta bulunan kuruluşlardır (Sherlock ve Gravella, 2009). Yardım kuruluşlarına bağışta bulunan bireysel bağışçılar yaptıkları bağışları gelirlerinin %50'sine kadar; kurumsal bağışçılar ise %10'una kadar vergi matrahından indirebilmektedirler. Vakıflarda bireysel bağışçılar yaptıkları bağışları gelirlerinin %30'una kadar vergi matrahından düşebilmektedirler (FG, tarih yok).

Vergisel avantajlardan faydalanabilmek için bağış yapılan STK'nın Amerika Gelir İdaresi Başkanlığınca (IRS) hazırlanan 501 (c) (3) listesinde yer alması gerekmektedir. Bu listeye girmek isteyen STK'lar IRS'e başvurmakta, listeye kabul edildikten sonra bu statülerini devam ettirebilmek için her mali yıl sonunda Form 990 adı verilen bir beyannameyi doldurmak zorundadırlar. Bu form ilgili kuruluş hakkında finansal ve örgütsel bilgiler içermektedir. Ross'a göre (2018) bu form STK'ların mali yapısı, gelir kaynakları gibi finansal konular hakkında detaylı bilgilerin yanı sıra kamu idarelerine STK'larla ilgili yasal prosedürleri yönetebilmesi için ihtiyaç duyduğu diğer bilgileri de (vergi muafiyetini sürdüreceği şekilde faaliyetler yürütülüp yürütülmediği, vergi muafiyetinin devam edip etmediği gibi) sağlamaktadır. Bunlara ek olarak Form 990'da bir STK'nın kurumsal yönetimine ve yürüttüğü programlarına ilişkin detaylı bilgiler de yer almaktadır (Moore, 2018).

Form 990 vergi muafiyeti tanınan STK'lar için en önemli finansal raporlama, pazarlama ve halkla ilişkiler aracı olarak görülmektedir (Gordon vd., 2007). Çünkü bu formlar STK'ların kendi internet sitelerinde ya da çeşitli araştırma sitelerinde yayınlanmaktadır. Böylelikle bağışçılar ve diğer paydaşlar formları inceleyebilmekte (Malamut ve Runquist, 2018) herhangi bir STK'nın bir mali yıl içerisindeki finansal bilgilerini, projelerini, faaliyetlerini, yönetimini detaylı bir şekilde gözden geçirerek (ILG, 2010) karar vermektedirler. Burada yer alan bilgiler yöneticilerin işlerin ne kadar iyi ya da başarılı yaptıklarının bir göstergesi olarak da kullanılmaktadır. Özellikle dikkatleri STK politikalarına ve uygulamalarına çekerek, bunların iyi yönetim uygulamalarını dikkate alıp almadığını ortaya koymaktadır (Moore, 2018). Form 990 uygulaması, bir bütün olarak, STK'lar üzerinde kamu denetimini gerçekleştirerek STK'ların varlık nedeninin kamusal fayda yaratmak olduğu gerçeğini başarılı bir şekilde yansıtmaktadır (ILG, 2010).

#### **4.2. Form 990: Biçim ve Bölüm İçerikleri**

İlk defa 1941 yılında iki sayfa olarak yayınlanan Form 990, üç evet/hayır sorusu, gelir tablosu ve bilançodan oluşmaktaydı. Zamanla geliştirilmiş ve son hali 2007 yılında düzenlenmiştir. Toplam kapak sayfası hariç 12 bölümden oluşan bu form finansal ve finansal olmayan kapsamlı bilgiler içermektedir (Gordon vd., 2007).

Kapak sayfası: Kurumun ismi, faaliyet alanı, iletişim bilgileri, adresi, organizasyon türü, vergi muafiyetinin olup olmadığı, vergi muafiyeti varsa türü gibi tanıtıcı bilgiler bulunmaktadır. Kapak sayfasında dikkat çekici bir şekilde bu belgenin kamu denetimine açık olduğu ifadesi yer almaktadır.

Bölüm 1: Bu bölümde toplam 22 madde yer almaktadır. Bu maddelerin 7 tanesi faaliyetler ve yönetim ile ilgili olup dördüncü bölümün özeti; 5 tanesi gelirlerin özeti; 7 tanesi harcamaların özeti ve üç tanesi ise net aktif özeti hakkındadır.



Bölüm 2: İmza bölümüdür. STK yetkilisinin isim ve imza bölümünün yanısıra kurum dışından, ücret karşılığı hazırlayanlar için ayrı bir imza bölümü bulunmaktadır.

Bölüm 3: Bu bölümde STK'nın tamamlanmış projeleri hakkında detay bilgiler verilmektedir. İlk olarak kurumun misyonunu açıklanması istenilmektedir. Sonra cari dönemde sunulan ama önceki yıllarda verilen Form 990'larda yer almayan bir hizmet olup olmadığı bilgisi istenilmektedir. Daha sonra önceki dönemlerde verilen ama cari dönemde durdurulan ya da yapısı önemli ölçüde değiştirilen bir hizmet olup olmadığı sorulmaktadır. Son olarak cari dönemde gerçekleştirilen en büyük bütçeli üç projenin harcamalarına yer verilmesi istenilmektedir. Vergi muafiyeti tanınan STK'lar ek olarak topladıkları bağışları, elde ettikleri gelirleri ve harcamalarını sundukları proje bazında raporlamak zorundadırlar.

Bölüm 4: Dördüncü bölüm verilmesi gereken diğer beyannameler ya da belgelerin gözden geçirildiği bir kontrol listesi şeklinde tasarlanmıştır. Örneğin STK'nın vergi muafiyeti tanınan kurumlar listesinde yer alıp almadığı sorulmaktadır. Cevap evetse bu durumda Schedule A belgesinin doldurulması gerektiği ifade edilmektedir. Kontrol listesinde yer alan diğer bir maddede STK cari dönemde arazi ve arsa, bina, demirbaşlar gibi aktiflerinde bir artış olduğu raporlandysa bu durumda Schedule D belgesinin yedinci bölümünü doldurulması gerektiği ifade edilmektedir. Bu bölümde toplamda 38 madde yer almakta, bağımsız denetim raporunun olduğu ve olmadığı durumlarda, raporun hazırlayan STK'nın bir okul olması ya da yurt dışında şubelerinin ve çalışanlarını olması durumunda ya da kurumun 25.000 dolardan fazla aynı bağış alması durumunda hangi formların doldurulması gerektiği bilgileri yer almaktadır. Böylelikle STK'ların faaliyetleri ile ilgili hazırlanması ve raporlanması gereken diğer formları kontrol edilebilmektedir.

Bölüm 5: Vergi İdaresi dosyaları ve vergi uyumu ile ilgili bildirimler yer almaktadır. Bu bölümde kurumca yürütülen faaliyetlerin vergi muafiyeti kapsamına girip girmediğini anlamaya yönelik sorular sorulmakta ve bazı durumlarda ek beyannameler ya da formlar istenilmektedir. Örneğin bir STK'nın cari dönemde yabancı ülkede herhangi bir finansal faaliyet yürütüp yürütmediği sorulmakta; cevabın evet olması durumunda kurumun FinCen Form 114 kodlu Yabancı Bankalar ve Muhasebe Hesapları başlıklı raporu hazırlaması gerektiği bilgisi yer almaktadır.

Bölüm 6: İdare organları, kurullar, üst yönetim, politikalar ve açıklamalar hakkındadır. Üç alt bölümden oluşmaktadır. Birinci alt bölümde idari organlarda yer alan üyelerin sayısı, üyeler arasında oy hakkı açısından önemli farkların olup olmadığı, yönetsel hakların belirli bir komiteye ya da üyeye önemli ölçüde devrinin olup olmadığı, kuruluş çalışanları, mütevelli heyet üyeleri ve kilit personel arasında akrabalık ilişkilerinin olup olmadığı, bir önceki raporlama döneminden bugüne yönetsel belgelerde önemli bir değişiklik olup olmadığı, kurul toplantılarının kayıt altına alınıp alınmadığı, bu bölümde listelenen kurul üyelerinin kurumsal mail adreslerinin olup olmadığı, olmayanların listeye eklenmesi gerektiği gibi bilgiler yer almaktadır. İkinci alt bölüm kuruluşta bazı politikaların var olup olmadığını sorgulamaktadır. Örneğin kuruluşun şubeleri ve yerel birimleri olup olmadığı, varsa bunların genel merkez ile uyumlu çalışmasını sağlayan/denetleyen politikaların olup olmadığı, Form 990'nın kurul üyelerine sunulup sunulmadığı, kuruluşta yazılı bir çıkar çatışması politikası olup olmadığı, varsa bunun nasıl uygulandığı, kuruluşta yazılı bir içerden bilgi ile yolsuzlukların duyurulması (whistleblower) politikası olup olmadığı, kuruluşun yazılı belge saklama ve imha etme politikasının olup olmadığı gibi sorular yer almaktadır. Üçüncü alt bölüm açıklamalar hakkındadır. Durdurulan ve beyan edilen Form 990'nın kamuoyu erişimine nasıl

sağlanacağı (kendi sitesinde yayınlamak, başka bir sitede yayınlamak, isteğe bağlı sunmak gibi), mali yıl içerisinde finansal tabloların, kurul kararlarının ve diğer yazılı politikaların kamuoyu ile paylaşılıp paylaşılmadığı, paylaşılıyorsa nasıl paylaşıldığı, muhasebe yetkilisinin isim, adres ve iletişim bilgisi istenilmektedir.

Bölüm 7: Memurlara, yöneticilere, müteveli heyet üyelerine, kilit personele, en fazla ödeme yapılan çalışanlara ve dış tedarikçilere yönelik ödeme bilgilerinin açıklandığı bölümdür. İki alt bölümden oluşmaktadır. Alt bölümlerden birincisi kurum içi görevlilere yapılan ödemeler hakkında; ikinci alt bölüm ise dış tedarikçilere yapılan ödemeler hakkında bilgi sunmaktadır. Birinci alt bölümde ilk olarak, kuruluştaki çalışan tüm memurların, yöneticilerin, bireysel ve kurumsal mütevellilerin ismen ve bunlara yapılan ödemelerin, miktarı ne olursa olsun, listelenmesi istenilmektedir. Daha sonra varsa kuruluştaki çalışan kilit personelin ve yapılan ödemelerin listelenmesi istenilmektedir. İlk iki maddede listelenenler dışında kuruluştaki çalışıp, kuruluştan ya da ilişkili kuruluşlarından toplamda 100.000 dolar üstünde ödeme alan ilk beş kişinin ismen açıklanması istenilmektedir. Ayrıca önceki dönemlerde kuruluştaki memur, müteveli, kilit personel ya da yönetici olarak çalışıp cari dönemde 100.000 dolar üstünde ödeme yapılması durumunda bunun da raporlanması gerekmektedir. İkinci alt bölümde cari dönemde kuruluştan 100.000 dolardan daha fazla ödeme alan dış tedarikçilerin isimleri ve ödeme tutarları raporlanmalıdır.

Bölüm 8: Gelirlerin detaylı bir şekilde açıklandığı bölümdür. Gelirler; kampanyalar, üyelik aidatları, etkinlik gelirleri, bağışlar, ilişkili taraflardan gelirler, devlet tahsisleri, hediyeler, diğer bağışlar, aynı bağışlar, program gelirleri, yatırım gelirleri (temettü, faiz vb.), telif gelirleri, kira gelirleri gibi detaylı bir şekilde raporlanmaktadır.

Bölüm 9: Giderlerin fonksiyon esasına göre detaylı bir şekilde açıklandığı bölümdür. Ulusal kurumlara ve bireylere yapılan bağışlar, uluslararası ölçekte bireylere ve kurumlara yapılan bağışlar, maaş ödemeleri, kıdem tazminatı karşılıkları, çalışanlara sağlanan diğer haklar, vergiler, maaş ödemeleri dışında kuruluşun gerçekleştirdiği faaliyetlere yönelik giderler (yönetmelik, yasal, muhasebe, lobi, danışmanlık hizmetleri, yatırım danışmanlığı, reklam ve tanıtım, ofis, bilişim teknolojileri, telif ödemeleri, yazılım, kira, seyahat, konferans, sergi ve toplantı, faiz, amortisman ve diğer giderler) detaylı bir şekilde bu bölümde gösterilmektedir.

Bölüm 10: Bilanço bölümüdür. Muhasebe standartlarına uygun, kapsamlı, kuruluşun aktiflerini ve pasiflerini detaylı bir şekilde hazırlanmış finansal durum tablosu raporlanmaktadır.

Bölüm 11: Net aktif mutabakatı bölümüdür. Dönem başı net aktifler, dönem içi gelirler, dönem içi giderler, gelecek yıllara ait gelirler ile giderlerin ve önceki bölümlerde verilen seçilmiş bazı finansal bilgiler kullanılarak net varlıklardaki değişim mutabakatı yapılmaktadır.

Bölüm 12: Finansal tablolar ve raporlama bölümüdür. Kuruluşun hazırladığı ve yayınladığı finansal tabloların güvenilirliği/kalitesi hakkında ölçütler yer almaktadır. Bu çerçevede öncelikle kuruluşun son raporlama döneminden sonra muhasebe politikalarında bir değişiklik olup olmadığı, finansal tabloların bağımsız denetçi incelemesi olup olmadığı, finansal tabloların bağımsız denetiminin yapılıp yapılmadığı, kuruluştaki denetim faaliyetlerini gözetim bir denetim komitesinin var olup olmadığı bu bölümde sorgulanmaktadır. Bu sorulara verilen olumlu cevapların finansal tabloların güvenilirliğini artıracakları ortadadır.

## 5. DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

STK'larda hesap verebilirlik ve özellikle toplumu bilgilendirme kapsamında Türkiye'deki mevzuat ve ABD'de Form 990 uygulaması hakkında verilen bilgiler ışığında aşağıdaki değerlendirmeleri yapmak mümkündür:

Form 990 uygulaması Türkiye'deki uygulamalara kıyasla daha kapsamlıdır. Türkiye'de faaliyet gösteren STK'ların da hesap verebilirlik kapsamında çeşitli belgeler hazırlama zorunluluğu bulunmaktadır. Örneğin dernekler, her yıl dernekler beyannamesini vermekle; vakıflar ise vakıflar beyannamesini hazırlamakla mükelleftirler. Bu beyannameler Form 990'a göre daha dar kapsamlı tasarlanmıştır. Özellikle giderlerin sınıflandırılması ve çalışanlara yapılan ödemeler konusunda Form 990 daha detaylı bilgi sunmaktadır. Finansal bilgilerin daha kapsamlı verilmesi, giderlerin ve ödemelerin kamuya açılması STK'ları harcamalarında daha rasyonel davranmaya teşvik edecektir.

Hesap verilen merciler/yerler konusunda da iki ülke uygulamaları arasında oldukça önemli temel farklılık bulunmaktadır. Türkiye'de bildirimler çeşitli şekilde olabilmektedir. Örneğin genel kurullarda katılımcılara bilgi verilmesi, gazetelerde ilan edilmesi, genel kurulun ilan biçimine yetki vermesi ve çok nadiren internet sitelerinde ilan edilmesi gibi. Türkiye'de STK'ların hesap verebilirliğinin, esas denetleyicinin ilgili kamu idaresi olduğu bir model üzerine kurulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. ABD'de vergi muafiyeti tanınan STK'lar (çok büyük bir kısmı vergi muafiyetlerinden istifade etmektedir) kamu idarelerine ek olarak bu beyannamelerin tamamını internet sitelerinde ilan etmek zorundadırlar. Böylelikle bağışçılar ve diğer paydaşlar Amerika'daki herhangi bir STK'nın yöneticilerinin kim olduğu, misyonu, temel politikaları, projeleri gibi yönetsel bilgilerinin yanı sıra gelirlerinin ne kadar olduğu, hangi projelere ne kadar para harcadığı, yöneticilerinin ne kadar maaş aldığı gibi finansal bilgilerine de erişebilmektedir.

STK'ların finansal tablolarını internet sitelerinde paylaşmaları oldukça önemlidir. Çünkü finansal tabloları hazırlayanların kasten ya da hatayla yanlış finansal bilgiler sunması her zaman mümkündür. Gordon vd.(2007) ABD'de yaptıkları araştırmada STK'ların Form 990'da yer alan finansal bilgileri ile aynı STK'ları denetleyen bağımsız denetçilerin raporlarında yer alan bilgiler arasında önemli farklılıklar olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu farklılıkları da internet sitelerinden topladıkları raporları karşılaştırarak belirleyebilmişlerdir. Kasıtlı ya da hatalı yanlış bilgilendirmelerin önlenmesi için hesap verebilirlik kapsamında hazırlanan raporların/beyannamelerin/bildirimlerin internette yayınlanması zorunlu olmalıdır. Türkiye'de de STK'ların bu belgeleri kendi internet sitelerinde yayınlamaları ya da ilgili kamu idarelerinin kendilerine sunulan bu bilgi ve belgeleri kendi internet sitelerinde yayınlamaları kamusal denetimi mümkün kılacaktır.

Türkiye'de STK türüne göre farklı kamu idarelerine raporlama zorunluluğu bulunmaktadır. Gelir İdaresi Başkanlığı ya da Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanacak Form 990 benzeri kapsamlı bir beyanname ile bu raporlama sistemi tek merkezden yönetilebilir. Böylelikle dağınık bir görüntü veren STK'larda hesap verebilirlik alanı daha verimli çalıştırılabilir.

## 6. SONUÇ

Türkiye'de sivil toplum faaliyetleri son yıllarda önemli bir ivme kazanmış olsa da gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında hâlâ istenilen seviyede olmadığı söylenebilir. STK'lara,

faaliyetlerine, projelerine, yöneticilerine ve çalışanlarına duyulan güven bu kuruluşlara yönelik toplumsal desteği doğrudan etkilemektedir. Güveni sağlamanın en önemli yolu kuruluşların faaliyetleri ve finansal sonuçları hakkında paydaşları bilgilendirmesi, faaliyet ve finansman şeffaflığını sağlamasıdır. Şeffaflık STK'lar hakkındaki soru işaretlerini ortadan kaldırmanın yanında STK'larda iyi yönetim uygulamalarının hayata geçmesine de yardımcı olmaktadır.

Türkiye'de faaliyet gösteren STK'lar ilgili kamu idarelerine ve kendi yetkili kurullarına sınırlı çerçevede raporlama yapmaktadırlar. Öncelikle bu raporların kapsamının genişletilmesi gerekmektedir. Özellikle gelirler ve giderlerin detaylı bir şekilde gösterilmesi, yöneticilere, çalışanlara ve tedarikçilere yapılan belirli bir tutarın üzerindeki ödemelerin raporlarda yer alması önemlidir. Diğer taraftan bu bilgilere bütün paydaşların erişimi sağlanmalıdır. Bunun etkili yolu bu bilgilerin kuruluşun kendi internet sitesinde ya da bir kamu idaresinin internet sitesinde yayımlanmasıdır.

Hesap verebilirlik uygulamalarının geliştirilmesi STK'ları sorumlu yönetim anlayışı çerçevesinde kaynaklarını daha verimli kullanmaya zorlayacağı gibi STK'ların arkasındaki toplumsal desteği artırarak ülkemizde sivil toplumun büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunacaktır.

## KAYNAKÇA

- ÇARKOĞLU, A. ve AYTAC, S.E. (2016). Türkiye'de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik, İstanbul: TUSEV.
- ÇELİK, N. ve BEDÜK, A. (2014). “Vekâlet Teorisi Yaklaşımı ile İşlem Maliyeti Arasındaki İlişki”. Sakarya İktisat Dergisi, 3(1): 43-67.
- ÇINARLI, İ. (2014), “Stratejik İletişim Yönetimi Bağlamında Paydaş Kuramının Eleştirel Bir Değerlendirmesi”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(46): 23-36.
- ERTUĞRUL, F. (2008). “Paydaş Teorisi ve İşletmelerin Paydaşları ile İlişkilerinin Yönetimi”. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, (31): 199-223.
- FG. (2019). What is a 501(c)(3)? Foundation Group: Erişim tarihi 15.02.2019, <https://www.501c3.org/what-is-a-501c3/>
- FRITZ, J. (2019, 2 16). How the IRS Classifies Nonprofit Organizations. Small Business: <https://www.thebalancesmb.com/how-the-irs-classifies-nonprofit-organizations-2501798>
- GORDON, T., KHUMAWALA, S.B., KRAUT, M.A. ve MEADE, J.A. (2007). “The Quality and Reliability of Form 990 Data: Are Users being Mislead”. Academy of Accounting and Financial Studies, 11: 27-79.
- ILG (2010). Pondering Public/Nonprofit Collaborations: What a Form 990 Says about a Nonprofit. Institute for Local Government.
- KEYMAN, F. (2006). Türkiye'de Sivil Toplumun Serüveni. İstanbul: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- KURT, S. ve TAŞ, H.Y. (2015). “Toplum Örgütlerinde Profesyonel ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler ve Fırsatlar”. Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 4(8): 199-214.

- KUSİF (2017). Sosyal Finansman Rehberi, Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu Yayınları, İstanbul
- LEE, J. (2004). NGO Accountability: Rights and Responsibilities. Genneva: CASIN.
- LLOYD, R. (2005). The Role of NGO Self-Regulation in Increasing Stakeholder Accountability. London: One World Trust.
- MALAMUT, M.E. ve RUNQUIST, L.A. (2018). Governance Challenges for Nonprofits Posed by the New IRS Form 990. <http://apps.americanbar.org/buslaw/newsletter/0074/materials/pp2.pdf>
- McCONVILLEA, D. ve CORDERYB, C. (2018). “Charity performance reporting, regulatory approaches and standard-setting”. *Journal of Accounting and Public Policy*, (37): 300-314.
- McKEEVER, B.S. (2019). The Nonprofit Sector in Brief 2018: Public Charities, Giving, and Volunteering. Urban Institute: Erişim tarihi, 16.02.2019, <https://nccs.urban.org/publication/nonprofit-sector-brief-2018#the-nonprofit-sector-in-brief-2018-public-charities-giving-and-volunteering>
- MİRZE, K. ve ÜLGEN, H. (2013). İşletmelerde Stratejik Yönetim. İstanbul: Beta Yayınları.
- MOORE, J. (2018). James Moore. James Moore Certified Public Accountants and Auditors: <https://www.jmco.com/how-to-review-the-form-990/>
- MURTAZA, N. (2012). “Putting the Lasts First: The Case for Community-Focused and Peer-Managed NGO Accountability Mechanisms”. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23: 109-125.
- RODRIGUEZ, M.d., PEREZ, M.d., ve GODOY, M. (2012). “Determining Factors in Online Transparency of NGOs: A Spanish Case Study”. *Voluntas*: 661-683.
- ROSS, S. (2018). Examining Page One of the Form 990. <https://www.kahnlitwin.com/blogs/mission-matters-blog/examining-page-one-of-the-form-990>
- SHERLOCK, M.F. ve GRAVELLA, J.G. (2009). An Overview of the Nonprofit and Charitable Sector. Congressional Research Service.
- ŞAHİN, L. ve ÖZTÜRK, M. (2008). “Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye'deki Durumu”. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*: (54), 3-29.
- Vakıflar Yönetmeliği (2008, 27 Eylül), Resmi Gazete.
- YALÇIN, A.S., EMİROĞLU, T. ve GÜNER, D. (2016). Fon Veren Kurumlar İçin Sosyal Etki Ölçümleme Rehberi, İstanbul: Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu.
- YUESTI, A., NOVITASARI, L. ve RUSTIARINI, N. (2016). “Accountability of Non-Government Organization from the Perspective of Stakeholder Theory”. *International Journal of Accounting and Taxation*, 4(2): 98-119.

# Bitcoin Piyasasında Haftanın Günü Anomalisi

(Araştırma Makalesi)

*The Day of the Week Anomaly in Bitcoin Market*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.664776

**Samet EVCİ**

Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
sametevci@osmaniye.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-5854-3847

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Evcı, S. (2020). Bitcoin Piyasasında Haftanın Günü Anomalisi..  
Alanya Akademik Bakış, 4(1), Sayfa No. 53-61.

## ÖZET

### Anahtar kelimeler:

Bitcoin, haftanın  
günü etkisi, anomali,  
etkin piyasa hipotezi

Makale Geliş Tarihi:  
25.12.2019  
Kabul Tarihi:  
22.01.2020

Kripto para piyasası kısa dönemde çok hızlı bir gelişim göstermiş hem yatırımcıların hem de akademisyenlerin ilgisini çekmiştir. Bu piyasada en fazla piyasa değerine sahip kripto para birimi Bitcoin'dir. Gerek geleneksel finansal piyasaların işleyişinden farklı bir piyasa işleyişine sahip olması gerekse para yaratma sürecinde farklı bir sistemi kullanması yatırımcılar açısından Bitcoin fiyatlarında değişime yol açan faktörleri anlamayı gerekli kılmaktadır. Bu çalışma ile Bitcoin fiyatlarında haftanın günü anomalisinin varlığının araştırılması amaçlanmıştır. Bitcoin getirilerinde haftanın günü anomalisi, 2013-2019 yıllarına ait günlük fiyatlar kullanılarak asimetrik GARCH modeliyle incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular Bitcoin getirileri üzerinde Pazartesi, Perşembe ve Pazar günlerinin negatif etkileri olduğunu ve en fazla kaybın Perşembe günü gerçekleştiğini ortaya koymuştur.

## ABSTRACT

### Keywords:

Bitcoin, day of the  
week effect, anomaly,  
effective market  
hypothesis

The cryptocurrency market has developed very rapidly in the short term and attracted the attention of both investors and academicians. Bitcoin has the highest market capitalization in cryptocurrency market. Because Bitcoin has a different market operation than traditional financial markets and uses a different system in the process of creating money, investors need to understand the factors that lead to changes in Bitcoin prices. The aim of this study is to investigate the presence of anomaly in the day of the week in Bitcoin prices. Day-of-week anomaly in Bitcoin returns was analyzed using asymmetric GARCH model using daily prices for 2013-2019. The findings of the study revealed that Monday, Thursday and Sunday had negative effects on Bitcoin returns and the maximum loss occurred on Thursday.

## 1. GİRİŞ

Kripto para piyasası kısa dönemde çok hızlı bir gelişim göstermiştir. Öncü kripto para birimi Bitcoin'in Ocak 2009'da halka açılmasından bu yana, çoğunluğu yalnızca bir katsayı olan 550'den fazla şifreli para birimi geliştirilmiştir (Farell, 2015). Geleneksel ödeme araçlarına

göre kripto para birimlerinde, transfer işlemlerinde ücret ve komisyonların olmaması, işlemlerin zaman ve mekan sınırlaması olmadan hızlı gerçekleşmesi, herhangi bir düzenleyici otoriteye tabi olmaması, fiyat değişimlerinden sağlanan yüksek kazançlar gibi sağladığı avantajlar kripto para birimlerinin yaygınlaşmasında etkili olmuş ve kripto para piyasası yaklaşık 240 milyar dolar büyüklüğe ulaşmıştır (Tradingview, 2019).

Kripto para piyasasında, yaklaşık %66 oranla en fazla piyasa değerine sahip kripto para birimi Bitcoin'dir (Coinmarketcap, 20119). Bitcoin, para birimlerinin oluşturulmasında ve dağıtımında kriptotagrafiyi kullanan noktadan noktaya (peer to peer, P2P) bir işlem sistemidir (Mukhopadhyay vd., 2016). Sistem, Satoshi Nakamoto takma adıyla 2008 yılında yayımlanan "Bitcoin: Peer to Peer Electronic Cash System" başlıklı çalışmayla uygulamaya konulmuştur (Koçoğlu vd., 2016: 79). Bu sistemde para transferleri bir noktadan bir noktaya hızlı bir şekilde gerçekleşmekte ve hangi hesaba transfer yapıldığı kayıt altına alınmaktadır (Gültekin ve Bulut, 2016: 84). Para transferlerine ilişkin tüm kayıtlar blok zinciri olarak bilinen açık deftere kaydedilmektedir. Bu kayıtlar blok zincirinde saklanmakta ve ağdaki tüm bilgisayarlarla paylaşılmaktadır (Jang ve Lee, 2018). Ağdaki bilgisayarlarla paylaşılan ve doğrulanan her işlem blok zincirinde yer alan bir blokta toplanmaktadır. Tamamlanan blokların eklenmesiyle blok sürekli büyümekte ve blok zinciri oluşmaktadır (Mukhopadhyay vd., 2016).

Bitcoin piyasasının işleyişi, geleneksel finansal piyasaların işleyişinden farklıdır. Bu durum hem akademisyenlerin hem de yatırımcıların ilgisini çekmiş ve Bitcoin piyasasını inceleyen akademik çalışmaların sayısının artmasını sağlamıştır. Bu çalışmaların temel dayanağını Bitcoin piyasasındaki fiyat hareketleri oluşturmuştur (Fink ve Johann, 2014; Kristoufek, 2015; Osterrieder ve Lorenz, 2017; Jiang, Ruan ve Nie 2018; Lahmiri, Bekiros ve Salvi, 2018; Bariviera, Basgall, Hasperue ve Naiouf, 2017; Shi Sun, Gao, Xu, Shen ve Cheng, 2019). Finansal piyasalardaki fiyat hareketleri, o piyasayı anlamak, modellemek ve riski ölçmek için kilit rol oynamaktadır (Bouchaud ve Potters, 2003). Bunun yanı sıra Bitcoin'in, bir değişim aracı, riskten korunma aracı ve altın gibi değer saklama aracı olarak kullanılabilir bir para birimi haline gelmesi durumunda; görece yeni bir fin-teknoloji aracının dinamiklerini ve davranışlarını anlamak önemli olacaktır (Aharon ve Qadan, 2019: 1). Bu bağlamda, bu çalışma ile Bitcoin fiyatlarında haftanın günü anomalisinin varlığının araştırılması amaçlanmaktadır. Çalışmanın, Bitcoin fiyatlarında takvim etkisinin var olup olmadığını ortaya koyarak, yatırımcının kararlarına yön vermesi, piyasada ortaya çıkan riski yönetmesine katkı sağlaması ve bu piyasada Etkin Piyasalar Hipotezinin geçerliliğini sorgulayarak literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışmanın takip eden bölümlerinde ilk olarak kripto para piyasasında haftanın günü etkisini inceleyen çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra çalışmada kullanılan veri seti ve yöntem açıklanmış ve son olarak elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

## 2. LİTERATÜR

Fama (1970) tarafından ortaya konulan Etkin Piyasalar Hipotezine göre fiyatların tüm bilgiyi yansıttığı piyasalar etkin olarak kabul edilmektedir. Etkin piyasalar hipotezi Rassal Yürüyüş Modeline dayanmaktadır. Model, geçmiş dönem fiyat hareketlerinden yararlanarak gelecek dönem fiyat hareketlerinin tahmin edilemeyeceğini ve fiyatların rassal olduğunu ifade etmektedir (Fama, 1965). Fama (1970), fiyatların rassal olduğunu ifade etse de literatürde, Etkin Piyasalar Hipotezinden sapan fiyat oluşumlarının gözlemlendiğini savunan çalışmalar

yer almaktadır (Frenberg ve Hansson 1993; Smith ve Ryoo, 2012; Worthington ve Higgs 2003). Normalden sapan bu gözlemler anomali olarak tanımlanmaktadır. Haftanın günü etkisi de dönemsel anomaliler arasında yer almaktadır. Dönemsel anomaliler, finansal araçların getirisinin bazı gün, hafta, ay ve tatillerde diğer zamanlara göre daha yüksek ya da daha düşük olmasını ifade etmektedir (Arı ve Yüksel, 2017: 78).

Literatürde gerek pay piyasasında (Aggarwal ve Rivoli, 1989; Brooks ve Persaud, 2001; Rodriguez, 2012) gerekse döviz piyasasında (Yamori ve Kurihara, 2004; Kurihara, 2011; Popovic ve Đurovic, 2014; Kumar, 2016) Etkin Piyasalar Hipotezinden sapmalara neden olan dönemsel anomalileri konu alan çok sayıda çalışma yer almaktadır. Fakat dönemsel anomalilerin Bitcoin piyasasındaki etkilerini inceleyen çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu çalışmalardan biri Kurihara ve Fukushima (2017) tarafından yapılmıştır. Çalışmalarında, Bitcoin piyasasında 2010-2016 yılları arasında haftanın günü anomalisini incelemişler ve piyasanın etkin olmadığı; hafta sonlarında fiyat anomalisinin gözlemlendiği bulgusuna ulaşmışlardır. Caporale ve Plastun (2017) çalışmalarında ortalama analiz, student t-testi, ANOVA, Kruskal-Wallis testi, kukla değişkenlerle regresyon analizi gibi istatistiksel teknikler ve simülasyon yöntemi kullanarak kripto para piyasasında haftanın günü etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonunda, Bitcoin dışındaki çoğu para birimlerinde (LiteCoin, Ripple, Dash) haftanın günü anomalisinin gözlemlenmediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bitcoin’de ise diğer günlere göre Pazartesi gününde getirilerin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Eyüboğlu (2018), Bitcoin ve Litecoin kripto para birimlerinde haftanın günü ve yılın ayın etkilerini incelemiştir. 2013-2017 yıllarına ait veri setinin kullanıldığı çalışmada, GARCH (1,1) modeli kurularak analiz yapılmıştır. Analiz sonuçları, Bitcoin fiyatları üzerinde Pazartesi, Salı ve Cuma günlerinin; Litecoin fiyatlarında ise Cumartesi gününün etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra Bitcoin fiyatları üzerinde Şubat, Ekim ve Kasım ayı etkisi ortaya çıkarken, Litecoin fiyatlarında Ağustos ayının etkili olduğu gözlemlenmiştir. Aharon ve Qadan (2019) çalışmalarında, 2010-2017 yıllarına ait günlük veriler kullanılarak, Bitcoin getirilerinde ve oynaklığında En Küçük Kareler Yöntemi ve GARCH modelleri ile haftanın günü etkisini incelemişlerdir. Çalışmanın bulguları, haftanın günü anomalisinin sadece Bitcoin getirilerinin yanı sıra Bitcoin oynaklığında da gözlemlendiğini ortaya koymuştur.

Konuya ilişkin sınırlı sayıdaki literatür genel olarak değerlendirildiğinde; Bitcoin piyasasının etkin olmadığını ve haftanın günü anomalisinin varlığını göstermiştir.

### 3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmada Bitcoin piyasasında haftanın günü etkisini incelemek için 28.04.2013-22.11.2019 tarihleri arasındaki günlük fiyatlar kullanılmıştır. Bitcoin fiyatları coinmarketcap.com sitesinden temin edilmiştir.

Çalışmada ilk olarak günlük fiyat serilerinin doğal logaritmik getirileri hesaplanmış ve aşağıdaki eşitlik kullanılmıştır.

$$R_t = \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right)$$

Yukarıda eşitlikte  $R_t$ , Bitcoin’in t dönemindeki getirisini,  $\ln P_t$  ve  $\ln P_{t-1}$  sırasıyla Bitcoin’in t ve t-1 dönemindeki doğal logaritmik fiyatını ifade etmektedir.



Bitcoin getirileri üzerinde haftanın günü anomalisi, kukla değişkenlerin kullanıldığı aşağıdaki doğrusal regresyon denklemi üzerinden incelenmiştir.

$$R_t = \beta_1 + \sum_{i=2}^7 \beta_i D_{it} + \varepsilon_t$$

Yukarıdaki eşitlikte,  $R_t$ , Bitcoin'in  $t$  dönemindeki logaritmik getirisini;  $D_{it}$ , haftanın günlerine ilişkin kukla değişkeni;  $\beta$ , haftanın her bir günü için ortalama getiriyi;  $\varepsilon_t$  ise sıfır ortalamalı ve sabit varyanslı hata terimini ifade etmektedir.

Regresyon denkleminde haftanın bir gününe ilişkin ortalama getiri sabit terimle ( $\beta_1$ ) ifade edilmekte, diğer günler için kukla değişkenler ( $D_{it}$ ) tanımlanmaktadır. Kukla değişkenler, sabit terimle ifade edilen günün ortalama getirisinden diğer günlerin ortalama getirisinin sapmasını göstermektedir. Kukla değişken, o güne karşılık gelen gözlemler için 1 değerini, diğer gözlemler için 0 değerini almaktadır. Kukla değişkenlerin katsayılarının büyüklüğü, işareti ve istatistiksel olarak anlamlı olması anomaliler hakkında bilgi sağlamaktadır (Caporale ve Plastun, 2017: 260). Bu bağlamda modele ilişkin boş hipotez günlerin ortalama getirilerinin eşit olduğu şeklinde kurulurken ( $H_0 = \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7$ ), alternatif hipotez günlerin ortalama getirileri arasında farklılık olduğu ( $H_1 = \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq \beta_6 \neq \beta_7$ ) ve haftanın günü etkisinin olduğu şeklinde oluşturulmuştur. Kukla değişkenlerin katsayılarının istatistiksel açıdan anlamlı olması durumunda boş hipotez reddedilmekte ve haftanın günü etkisinin olduğu sonucuna varılmaktadır.

Bu yöntemin kullanılması sırasında iki sorun ortaya çıkmaktadır. Birincisi, modelden elde edilen hata terimleri arasındaki ilişkiyi ifade eden otokorelasyon sorunu; diğeri ise hata terimleri varyansının zaman içerisinde sabit olmamasını ifade eden değişen varyans sorunudur (Aharon ve Qadan, 2019: 57; Apolinario vd., 2006: 57). Çalışmada değişen varyans sorunu çözmek için Nelson (1991) tarafından geliştirilen EGARCH(p,q) modeli uygulanmıştır. EGARCH(p,q) modeli aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$\log(\sigma_t^2) = \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \alpha_i \frac{|\varepsilon_{t-i}|}{\sigma_{t-i}} + \sum_{i=1}^q \gamma_i \frac{\varepsilon_{t-i}}{\sigma_{t-i}} + \sum_{j=1}^p \beta_j \log(\sigma_{t-j}^2)$$

Yukarıdaki eşitlikte,  $\sigma_t^2$  koşullu varyansı;  $\varepsilon_t$ , sıfır ortalamalı ve sabit varyanslı hata terimini;  $q$ , hata karelerinin gecikme uzunluğunu;  $p$ , koşullu varyansın gecikme uzunluğunu;  $\alpha_i$  ve  $\beta_j$  sırasıyla koşullu varyans üzerindeki ARCH ve GARCH etkilerini;  $\alpha_0$  katsayısı, koşullu varyans denkleminin sabit değerlerini;  $\gamma$  parametresi ise asimmetrik etkiyi simgelemektedir.

#### 4. BULGULAR

Çalışmada kullanılan Bitcoin getiri serilerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'de yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde, örneklem döneminde serinin ortalama getirisinin negatif olduğu, serilerin sağa çarpık ve aşırı basık bir dağılım gösterdiği sonucuna varılmaktadır. Bu durum serilerin normal dağılım göstermediğini ifade etmektedir. Ayrıca Jarque-Bera test istatistiği serilerin normal dağılım göstermediğini desteklemektedir.

**Tablo 1. Bitcoin Getiri Serisine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

	Bitcoin
Ortalama	-0.001666
Medyan	-0.001844
Maksimum	0.266198
Minimum	-0.357451
Standart Sapma	0.042930
Çarpıklık	0.158045
Basıklık	10.65866
Jarque-Bera (Prob)	5873.048 0.000000

Haftanın günü anomalisini test eden doğru bir model oluşturabilmek için getiri serilerinin durağanlığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle çalışmada Augemented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips-Peron (PP) birim kök testleri uygulanmış ve sabit terimli, sabit terimli ve trendli modeller oluşturulmuştur. Birim kök test sonuçlarının yer aldığı Tablo 2'ye göre getiri serisinin birim köke sahip olduğu şeklinde kurulan sıfır hipotezi %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Bu kapsamda serilerin düzey değerlerinde durağan olduğu ve birim kök içermediğini sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 2. Bitcoin Getiri Serisine İlişkin Birim Kök Test Sonuçları**

ADF		PP	
Sabit Terimli	Sabit Terimli ve Trendli	Sabit Terimli	Sabit Terimli ve Trendli
-48.83136 (0.000)	-48.82205(0.000)	-48.98891(0.000)	-48.97991(0.000)
ADF testi için gecikme sayısının belirlenmesinde SIC bilgi kriteri kullanılmıştır. PP testi için Barlett kernel fonksiyonu ve bant genişliği için Newey-West yöntemi kullanılmıştır. Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.			

Tablo 3'de yer alan Breusch-Godfrey LM test sonuçları Bitcoin getiri serilerinde otokorelasyon sorunu olmadığını gösterirken, ARCH-LM test sonuçları getiri serilerinde ARCH etkisinin varlığını yani değişen varyans sorununun olduğunu ortaya koymaktadır. Bouoiyour ve Selmi (2015) ile Uzkaralar ve Evcı (2018) çalışmalarında Bitcoin fiyat serilerinde asimetrik etkinin varlığını gözlemlemişlerdir. Bu kapsamda çalışmada, değişen varyans sorununu çözmek için EGARCH modelleri üzerinden Bitcoin getiri serileri modellenmiştir.

**Tablo 3. Bitcoin Getiri Serisine İlişkin Otokorelasyon ve Değişen Varyans Test Sonuçları**

	nR <sup>2</sup>	Olasılık değeri (p)
<b>Breusch- Godfrey LM Testi</b>	<b>8.0856*</b>	<b>0.1516</b>
<b>ARCH-LM (1)</b>	<b>217.3697</b>	<b>0.0000</b>
<b>ARCH-LM (7)</b>	<b>280.1164</b>	<b>0.0000</b>
<b>ARCH-LM(1) ve ARCH-LM(7) sırasıyla 1. ve 7. gecikmedeki değerleri ifade etmektedir.</b>		

Üç gecikme uzunluğu dikkate alınarak oluşturulan EGARCH modelleri arasında en uygun olanı, parametrelerin anlamlı ve  $\beta$  parametresi toplamlarının birden küçük olması, Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) bilgi kriterlerinin küçük olması koşulları esas alınarak belirlenmiştir. Bu bağlamda en uygun modelin EGARCH (2,1,1) modeli olduğu tespit edilmiştir. Oluşturulan modele kukla değişkenler eklenerek, Bitcoin getiri serisinde haftanın günü anomalisi test edilmiş ve sonuçlar Tablo 4'de sunulmuştur.

**Tablo 4. Bitcoin Getiri Serisine İlişkin Model Tahmin Sonuçları**

Günler	Katsayı	Standart Hata
Pazartesi	-0.005808 (0.002)	0.001879
Salı	0.000982(0.622)	0.001995
Çarşamba	0.000671(0.643)	0.001450
Perşembe	-0.006011(0.001)	0.001856
Cuma	-0.002670(0.207)	0.002118
Cumartesi	-0.002173(0.242)	0.001858
Pazar	-0.003451(0.055)	0.001803
Koşullu Varyans Denklemi		
	EGARCH(2,1,1)	Standart Hata
$\alpha_0$	-0.785422 (0.000)	0.064237
$\alpha_1$	0.469948(0.000)	0.029682
$\gamma_1$	-0.094366(0.000)	0.015902
$\beta_1$	0.704641(0.000)	0.072569
$B_2$	0.226664(0.001)	0.069785
AIC	-3.864932	
SIC	-3.836006	
ARCH-LM(1)	1.287270(0.256)	
ARCH-LM(7)	4.094718(0.7688)	
ARCH-LM(1) ve ARCH-LM(7) sırasıyla 1. ve 7. gecikmedeki $n \cdot R^2$ değerlerini, parantez içindeki değerler ise olasılık değerlerini göstermektedir.		

Tablo 4’de yer alan sonuçlara göre Pazartesi ve Perşembe günlerinin kukla değişkenleri %1, Pazar gününün kukla değişkeni ise %10 önem düzeyinde istatistiki açıdan anlamlıdır. Pazartesi, Perşembe ve Pazar günlerinin katsayılarının anlamlı ve negatif olması, bu günlerde Bitcoin’in ortalama getirisinin değiştiğini, Pazartesi ve Perşembe günlerindeki kayıpların Pazar gününe göre daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer günlere ait kukla değişkenlerinin anlamsız olması nedeniyle haftanın günü etkisine rastlanılmamıştır. Bunun yanı sıra ARCH-LM test sonuçlarına göre değişen varyans sorunu ortadan kalkmıştır. Modelin tahmin edilmesinde kullanılan asimetrik EGARCH(2,1,1) modelindeki  $\gamma$  parametresi istatistiki açıdan anlamlı ve negatif olması, getiri serilerinde asimetrik etkinin varlığını ortaya koymakta ve olumsuz haberlerin olumlu haberlere göre daha fazla oynaklığa neden olduğunu göstermektedir.

## 5. SONUÇ

Kripto para piyasası kısa dönemde çok hızlı bir gelişim göstermiş hem yatırımcıların hem de akademisyenlerin ilgisini çekmiştir. 500’den fazla kripto para biriminin yer aldığı piyasada en fazla işlem hacmine sahip olanı Bitcoin’dir. Gerek geleneksel finansal piyasaların işleyişinden farklı bir piyasa işleyişine sahip olması gerekse para yaratma sürecinde farklı bir sistemi kullanması yatırımcılar açısından Bitcoin fiyatlarında değişime yol açan faktörleri

anlamayı gerekli kılmaktadır. Bu çalışma ile Bitcoin fiyatlarında haftanın günü anomalisinin varlığının araştırılması amaçlanmaktadır.

Çalışmada haftanın günü anomalisi 28.04.2013-22.11.2019 tarihleri arasındaki günlük fiyatlar kullanılarak, asimetrik GARCH modelleri arasında yer alan EGARCH modeliyle araştırılmıştır. Bu bağlamda çalışmada ilk olarak getiri serilerinin durağanlığı ADF ve PP birim kök testleriyle incelenmiş ve serilerin durağan olduğu sonucuna varılmıştır. Ardından serilere uygulanan Breusch-Godfrey LM test sonuçları Bitcoin getiri serilerinde otokorelasyon sorunu olmadığını göstermiş, ARCH-LM test sonuçları ise getiri serilerinde ARCH etkisinin varlığını yani değişen varyans sorununun olduğunu ortaya koymuştur. Değişen varyans sorununu çözmek amacıyla EGARCH(2,1,1) modeli kullanılmış ve oluşturulan modele kukla değişkenler eklenerek haftanın günü anomalisi incelenmiştir. Model tahmin sonuçları, Pazartesi ve Perşembe günlerinin kukla değişkenlerinin %1, Pazar gününün kukla değişkeninin ise %10 önem düzeyinde istatistiki açıdan anlamlı ve negatif olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum Pazartesi, Perşembe ve Pazar günleri Bitcoin'in ortalama getirisinin değiştiğini; bu günlere ait parametre katsayıları da Pazartesi ve Perşembe günlerindeki kayıpların Pazar gününe göre daha fazla olduğunu göstermiştir.

Bitcoin piyasasında haftanın günü anomalisinin varlığı, Etkin Piyasa Hipotezinden sapan fiyat oluşumlarının bu piyasada gözlemlendiğini ve piyasasının etkin olmadığını açıklamaktadır. Buna göre Bitcoin piyasasında geçmiş dönem fiyat hareketleri kullanılarak geleceğe yönelik öngörülerde bulunabilmektedir. Bitcoin piyasasında getirilerin belirli günlerde farklılık göstermesi yatırımcıların bu günlerde ortalama getirinin üzerinde ya da altında getiri elde etmesine neden olmaktadır. Yatırımcının bu günlerin getiriler üzerindeki etkisini doğru şekilde tahmin etmesi ve buna uygun yatırım stratejilerini belirlemesi halinde piyasa ortalamasının üzerinde getiri elde etmesi ve riskini yönetmesi mümkün olabilecektir.

## KAYNAKÇA

- AGGARWAL, R. ve RİVOLİ, P. (1989). “Seasonal and Day-of-The-Week Effects in Four Emerging Stock Markets”, *Financial Review*, 24(4): 541-550.
- AHARON, D. Y. ve QADAN, M. (2018). “Bitcoin and Day-of-The-Week Effect”, *Finance Research Letters*. 31.
- APOLINARIO, R. M. C., SANTANA, O. M., SALES, L. J. ve CARO, A. R. (2006). “Day of The Week Effect on European Stock Markets”, *International Research Journal of Finance and Economics*, 2(1): 53-70.
- ARI, A., ve YÜKSEL, Ö. (2017). “BİST 100'de Haftanın Günü Anomalisi: Ekonometrik Bir Analiz”, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54(632): 77-89.
- BARİVIERA A. F., BASGALL M. J., HASPERUE' W. ve NAIOUF, M. (2017). “Some Stylized Facts of the Bitcoin Market”, *Physica A:Statistical Mechanics and its Applications*. 2017; 484: 82–90.
- BOUCHAUD J. P., POTTERS, M. (2003). *Theory of Financial Risk And Derivative Pricing: From Statistical Physics To Risk Management*, Cambridge University Press.
- BOUOYOUR, J. ve SELMI, R. (2015). “What Does Bitcoin Look Like?”, *Annals of Economics & Finance*, (2): 16.

- BROOKS, C. ve PERSAND, G. (2001). “Seasonality in Southeast Asian Stock Markets: Some New Evidence on Day-Of-The-Week Effects”, *Applied Economics Letters*, 8(3): 155-158.
- CAPORALE, G. M., ve PLASTUN, A. (2019). “The Day of the Week Effect in the Cryptocurrency Market”, *Finance Research Letters*, 31: 258-269.
- Coinmarketcap, <https://coinmarketcap.com/charts>, 25.09.2019
- EYÜBOĞLU, K. (2018). “Examining Day Of the Week and Month Of The Year Effects in Bitcoin and Litecoin Markets”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1): 165-183.
- Fama, E. F. (1965). The behaviour of stock market prices. *Journal of Business*, 38(10): 34-105.
- FAMA, E. F., (1970). Efficient Capital Markets: A Review Of Theory And Empirical Work”, *Journal of Finance*, 25: 338-417.
- FARELL, R. (2015). “An Analysis Of The Cryptocurrency Industry”, *Wharton Research Scholars*. 130: 1-23
- FINK, C. ve JOHANN, T. (2014). “Bitcoin Markets”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2408396](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2408396), 15.09.2019.
- FRENNBERG, P. ve HANSSON, B. (1993). “Testing The Random Walk Hypothesis On Swedish Stock Prices: 1919–1990”, *Journal of Banking & Finance*, 17(1): 175-191
- GÜLTEKİN, Y. ve BULUT, Y. (2016). “Bitcoin Ekonomisi: Bitcoin Eko-Sisteminden Doğan Yeni Sektörler ve Analizi”, *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3): 82-92.
- JANG, H. ve LEE, J. (2017). “An Empirical Study On Modeling And Prediction Of Bitcoin Prices With Bayesian Neural Networks Based On Blockchain Information”, *IEEE Access*: 5427-5437.
- JIANG Y, NIE H. ve RUAN W. (2018). “Time-Varying Long-Term Memory in Bitcoin Market”, *Finance Research Letters*. 25: 280–284.
- KOÇOĞLU, Ş., ÇEVİK, Y. E. ve TANRIÖVEN, C. (2016). “Bitcoin Piyasalarının Etkinliği, Likiditesi ve Oynaklığı”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8 (2): 77-97.
- KRISTOUFEK, L. (2015). “What Are The Main Drivers Of The Bitcoin Price? Evidence from Wavelet Coherence Analysis”, *PloS one*, 10(4): 1-15.
- KUMAR, S. (2016). “Revisiting Calendar Anomalies: Three Decades Of Multicurrency Evidence”, *Journal of Economics and Business*, 86:16-32.
- KURIHARA Y. ve FUKUSHIMA, A. (2017). “The Market Efficiency Of Bitcoin: A Weekly Anomaly Perspective”, *Journal of Applied Finance & Banking*, 7(3): 57-64.
- KURIHARA, Y. (2011). “Is The Tokyo Foreign Exchange Market Efficient From Two Perspectives Of Forward Bias And Anomaly?”, *Modern Economy*, 2(4): 597-601.

- LAHMIRI, S., BEKİROS, S., ve SALVI, A.(2018). “Long-Range Memory, Distributional Variation and Randomness Of Bitcoin Volatility”, *Chaos, Solitons & Fractals*. 107:43–48.
- MUKHOPADHYAY, U., SKJELLUM, A., HAMBOLU, O., OAKLEY, J., YU, L., ve BROOKS, R.R. (2016). “A Brief Survey of Cryptocurrency Systems”, In *Proceedings of 14th Annual Conference on Privacy, Security and Trust*: 745-752.
- NAKAMOTO, S., (2008). “Bitcoin: A Peer to Peer Electronic Cash System”. <http://bitcoin.org/bitcoin.pdf>, 2008, 01.10.2019.
- NELSON, D., B. (1991). “Conditional Heteroskedasticity in Asset Returns: A New Approach”, *Econometrica*, 59: 347-70.
- OSTERRIEDER J. ve LORENZ J.(2017). “A Statistical Risk Assessment of Bitcoin and Its Extreme Tail Behavior”, *Annals of Financial Economics*. 2017; 12(01):1750003
- POPOVIĆ, S. ve ĐUROVIĆ, A. (2014). “Intraweek and Intraday Trade Anomalies: Evidence from Forex Market”, *Applied Economics*, 46(32): 3968-3979.
- RODRIGUEZ, W. K. (2012). “Day of the Week Effect in Latin American Stock Markets”, *Journal of Economic Analysis*, 27: 71-89.
- SHI F-B, SUN X-Q, GAO J-H, XU L, SHEN H-W ve CHENG X-Q (2019). “Anomaly Detection in Bitcoin Market via Price Return Analysis”, *PLoS ONE* 14(6): 1-11.
- SMITH, G. ve RYOO H.J. (2003). “Variance Ratio Tests of the Random Walk Hypothesis for European Emerging Stock Markets”, *European Journal of Finance*, 9(3): 290-300.
- Tradingview, <https://tr.tradingview.com>. 25.09.2019.
- UZKARALAR, Ö. ve EVCİ, S.(2018). “Kripto Para Piyasasında Asimetrik Etkinin İncelenmesi”, *Akça, H.(Der), I.Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi içinde (37-46)*. Ankara:Akademisyen Kitabevi
- WORTHINGTON, A. ve HIGGS, H. (2003). “Random Walks and Market Efficiency in European Equity Markets”, *Global Journal of Finance and Economics*, 1 (1): 59-78.
- YAMORI, N.ve KURIHARA, Y. (2004). “The day-of-the-Week Effect in Foreign Exchange Markets: Multi-Currency Evidence”, *Research in International Business and Finance*, 18(1): 51-57.

# The Relationship between Military Expenditures and Economic Freedom in the Middle East and North Africa Region

(Research Article)

*Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesinde Askeri Harcamalar ve Ekonomik Özgürlük Arasındaki İlişki*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.649370

**İlyas SÖZEN**

Prof. Dr., İzmir Kavram Vocational College of Higher Education, Department of Foreign Trade, İzmir, Turkey

[ilyas@kavram.edu.tr](mailto:ilyas@kavram.edu.tr)

Orcid Id: 0000-0002-6503-4696

**M. Batuhan TUFANER**

Assistant Prof. Dr., Beykent University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, Istanbul, Turkey

[batuhantufaner@beykent.edu.tr](mailto:batuhantufaner@beykent.edu.tr)

Orcid Id: 0000-0003-0415-4368

**How to cite this article:** Sözen İ., & Tufaner, M.B. (2020). *The Relationship Between Military Expenditures and Economic Freedom in the Middle East and North Africa Region*. *Alanya Akademik Bakış*, 4(1), Page No. 63-76.

## ABSTRACT

### Keywords

Military Expenditure,  
Economic Freedom,  
MENA Region,  
Panel Test

Received: 21.11.2019

Accepted: 24.01.2020

The relationship between military expenditures and economic growth has been widely studied in the literature. However, there are no studies focusing on the relationship between military expenditures and economic freedom in the literature. In countries with high levels of economic freedom, democratic regime transitions are more comfortable. Therefore, military expenditures are expected to decrease as potential internal turmoil, and external threats will be reduced in countries with high economic freedom. This study examines the relationship between military expenditures and economic freedom in 13 MENA countries (Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Israel, Jordan, Kuwait, Lebanon, Morocco, Oman, Saudi Arabia, Tunisia, and Turkey) during the period 1996-2018 by using panel data analysis. It was found that economic growth, tax burden, and trade freedom had a positive impact on military expenditures. It was also concluded that property rights, monetary freedom, government integrity, and investment freedom negatively affected military expenditures. Besides, it is understood that there is a bidirectional causal relationship between military expenditures and tax burden, property rights, monetary freedom, government integrity, investment freedom, and business freedom. On the other hand, there is a unidirectional causality relationship from economic growth to military expenditures and from military expenditures to trade freedom.

## 1. INTRODUCTION

Current researches have examined various determinants of military expenditure. In the literature on military expenditures, empirical studies are carried out with many different independent variables such as economic growth, democratic or non-democratic regimes, and strategic variables (population, ethnicity, conflict zone, country age, country border length). The theoretical basis of the empirical studies is the democratic peace theory advocated by the liberal view and the demanding state advocated by the Keynesian view.

Especially in the literature, as a result of empirical studies where the relationship between military expenditures and growth is negative, it is argued that democratic regimes spend less on military expenditures than non-democratic regimes. Accountability in democratic regimes, politicians' avoidance of war because of their motivation to be elected, and no use of violence against domestic opposition support empirical studies of Democratic Peace Theory. (Fordham and Walker 2005, James et al. 1999, Russett 1993)

There are many different interpretations of the positive relationship between military expenditures and other dependent variables. The main reason for this difference is that non-democratic regimes have different scales, such as democratic regimes. In the literature, non-democratic regimes are generalized as military regimes, single-party regimes, and single man regimes. Military expenditures in military regimes are considered to be higher than those in other autocracy regimes (Kim, Kim and Lee 2013). Another unexpected situation in a positive relationship is that high military expense encourages the coup in autocratic regimes (Acemoglu et al. 2010). The reasons for the increase in military expenditures in autocratic regimes are the establishment of post-coup order, the arms race in neighboring states, the presence of internal and external conflicts, and sudden imbalances in population changes. (Bove and Brauner 2016, Kim, Kim and Lee 2013, Mulligan, Gil and Sala-i-Martin 2004)

There are also different types of democratic regimes. While social democratic regimes have the least military expenditure, it is observed that the presidential system spends more than the parliamentary systems. (Töngür et al. 2015, Albate et al. 2012) There are also empirical conclusions that military spending is higher than autocratic regimes as it decreases the level of democracy or during the transition to democratic regimes. (Baliga et al. 2011)

Because of these different views in the literature, the question is whether the military expenditures should be considered as a necessity or luxury item. Wall (1996) found that military expenditures were necessity goods in his study. Military spending is deemed necessary as it supports economic development and the transition of regimes to democracy and also ensures the existence of states in conflict environments. According to the liberal view, because of the thesis that "democratic regimes do not fight each other" military expenditures are luxury goods and have negative effects on economic growth. (Doyle 1986, Russett 1993)

## 2. LITERATURE RELATED TO MILITARY EXPENDITURES

There is no study in the literature on the relationship between military expenditures and economic freedom, but the relationship between military expenditures and economic growth is the most empirically tested. While a positive correlation was found between two variables (Abdellfettah v.d. 2014, Alptekin ve Levine 2012, etc.) in some studies, a negative correlation was found between two variables in many other studies. Dunne and Tian (2013) summarized a total of 168 studies published until 2013 on these two variables. It was found that 23 percent



of the studies examined were positive, 38 percent negative, and 39 percent found no relationship between the two variables.

Demand-side Keynesian or supply-side liberal economic understanding cannot explain the exact reasons for the changes in military spending because many different socio-economic factors and strategic factors are effective in explaining the changes in military expenditures. For these reasons, other political economy variables such as regime type and level of democracy have been used in the empirical tests in the literature. In the majority of studies, POLITY (Polity98, Polity2, Polity III, Polity IV) data were used to determine the level of democracy and type of regime, while Freedom House's Political Right and Civil Liberties Indexes were used in several studies.

In the published papers, it was investigated that democratic administrations reduced military expenditure by testing similar variables but using different empirical models. In many publications, similar results were obtained using different methods of the panel. Kimenyi and Mbanku (1995), Lebovic (2001), Mulligian, Gil and Sala-i-Martin (2004), Fordham and Walker (2005), Yıldırım and Sezgin (2005), Dunne, Perlo-Freeman and Smith (2008) found the negative relationship between democracy and military expenditures by the cross-section method in their work. The studies reaching similar results with the dynamic panel are; Dunne, Perlo-Freeman (2003), Lskavian (2011), Töngür, Hsu and Elveren (2015), Collier and Hoeffler (2007), Nordhaus, Oneal and Russet (2009, 2012), Albate, Bel and Elias (2012), Seiglie (2016) obtained similar results with the pooled data method with Polity IV data. Goldsmith (2007) and Blum (2018) showed a negative relationship with the Spatial method in their studies. In his 2015 study, Brauner tested the negative correlation with the OLS / 2SLS model and Granger causality tests.

The positive relationship between democratic regimes and military expenditures have been proved by different models (ARDL, VAR, etc.) than the panel method. Polity IV data were used in the majority of studies with a positive correlation. Dunne, Perlo-Freeman and Smith (2011) proved the existence of high military spending during the war in democratic regimes, besides Baliga, Lucca and Sjöström (2011) have argued that low-level democracies make higher military expenditures than autocratic regimes in order to sustain those regimes. Rota (2011) found a positive relationship before World War I and a negative relationship after the war. However, Rota (2016) stated a significant relationship between military expenditure and democratic regimes between the two world wars.

Solarin (2018), Brauner (2015), Rosh (1988) showed that trade openness, which contributed to the development of democracy, had a negative impact on military spending, on the contrary, Seiglie (2016) stated that it had a positive impact. Most of the countries in the MENA region are oil-exporting renting countries. Increases in trade openness or freedom of trade may have an impact on the changes in regional country regimes. (Gylafason et al. 2015)

The MENA region is defined as a block of non-democratic countries in the literature. While there was a change in the regime of some countries after the Arab Spring, some other countries had liberal expansions. There is a general recognition that military spending is less in the democratic regime style. Polity or Freedom House indexes control democratic developments in the literature. In this study, the economic freedom index was used in order to test the relationship between military expenditures and the freedom of a non-democratic region. This study aims to reveal the relationship between the economic freedom indexes of military expenditures in the Middle East and North Africa (MENA) countries, many of which

are ruled by non-democratic regimes and considered as the most conflicting region in the world.

### 3. CHARACTERISTICS OF THE MIDDLE EAST AND NORTH AFRICA

Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Morocco, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Syria, Tunisia, United Arab Emirates, Yemen, and Turkey are the countries in the MENA region. The situation of conflict and violence in the region has been lasting past half a century. The events that caused compulsory military expenditures in the countries of the region were Permanent Israeli-Palestinian conflict, Algerian-Moroccan conflict, Egyptian-Israeli war, Arab-Israeli war, Iran-Iraq war, Iraq Invasion, Arab Spring Revolution, Syrian Civil War, Syrian Occupation, Saudi Arabia-Yemen conflict, sect clashes, coups, imperial forces' conflicts in the region. In addition to being the most intense conflict and war zones in the MENA region, the country's military spending in the region is very high compared to the rest of the world due to excessive imbalances in population changes, domestic conflict, and terrorism problems, and the borders of the country are artificial and the length is too long.

**Table 1. Military Expenditures (ME) in the MENA Region**

Country	ME per capita			Share of GDP Ratio			Share of Total ME%		
	1995-2018 (Av.)	2014-2018 (Av.)	2018 World Rank	1995-2018 (Av.)	2014-2018 (Av.)	2018 World Rank	1995-2018 (Av.)	2014-2018 (Av.)	2018 World Rank
<b>Saudi Arabia</b>	1440	2302	1	9,60%	10,58%	1	3,32%	4,37%	4
<b>Israel</b>	1824	1999	3	6,90%	5,00%	8	1,12%	0,98%	17
<b>Kuwait</b>	1555	1593	5	5,90%	5,02%	4	0,40%	0,38%	27
<b>Oman</b>	1225	1703	6	9,10%	10,13%	2	0,33%	0,44%	29
<b>Bahrain</b>	726	1026	10	4,20%	4,35%	13	0,06%	0,09%	66
<b>Lebanon</b>	310	416	26	4,70%	4,81%	5	0,12%	0,14%	53
<b>Turkey</b>	189	222	46	2,80%	2,08%	28	0,99%	1,00%	14
<b>Algeria</b>	140	247	47	4,03%	5,90%	3	0,37%	0,60%	25
<b>Jordan</b>	147	187	52	5,40%	4,55%	7	0,09%	0,10%	61
<b>Iran</b>	124	149	57	2,60%	2,76%	25	0,72%	0,72%	19
<b>Iraq</b>	132	196	58	1,70%	3,67%	24	0,22%	0,43%	32
<b>Morocco</b>	76	101	69	3,39%	3,30%	19	0,18%	0,20%	47
<b>Tunisia</b>	54	80	78	1,72%	2,10%	41	0,04%	0,05%	73
<b>Egypt</b>	41	44	102	2,30%	1,55%	92	0,22%	0,18%	54
<b>UAE</b>	1761	....	...	4,10%	...	...	0,74%	....	...
<b>Qatar</b>	1186	...	...	0,90%	...	...	0,05%	...	...
<b>Libya</b>	242	...	....	3,79%	....	...	0,11%	...	....
<b>Yemen</b>	44	....	...	4,40%	...	...	0,13%	....	...
<b>Syria</b>	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Source: SIPRI 2019

As can be seen in Table 1, the countries in the MENA region are the ones that make the highest expenditures worldwide, both at the level of military per capita and the level of GDP. After the Arab Spring in Saudi Arabia, Bahrain, and Oman, high-rated increases were remarkable in the 2014-2018 period. Increases in military spending in countries such as Algeria, Lebanon, and Tunisia, which are trying to transition to a democratic regime confirm the studies (Baliga et al. 2011, Mulligian et al. 2004) in the literature.

Freedom House considers a country's political and civil rights rating as the Freedom Rating. On the scale, they indicate Free (1.0 to 2.5), Partially Free (3.0 to 5.0), or Not Free (5.5 to 7.0). According to Freedom House data in the period of 1996-2018; Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Oman, Saudi Arabia, and the United Arab Emirates are non-free countries. Bahrain and Egypt became partial free countries in the interim period. Jordan, Kuwait, Lebanon, Morocco, Tunisia, and Turkey are considered to be partial free countries. Jordan, Lebanon, and Tunisia have changed. (Freedom House, 2019) Israel is considered to be the only free country in the region. In the MENA region, the regime of most countries is the military regime, the one-man regime, and the royal regime. Therefore, this makes military expenditures the main source in the national economy. As can be seen in Table 1, one of the reasons for the extremely high rates of military spending in Saudi Arabia is to expand its economy by increasing employment opportunities within the military.

It is obvious that high military expenditures are realized due to problems such as coups, civil wars, arms races of neighboring countries, internal conflicts, and population movements in the MENA region. This study, unlike the literature, examines the effect of economic freedom indices on military spending in the countries of the region, as changes in the regime emerge with the development of economic freedom. Also, it might have tested the change in the region after the Arab Spring.

## 4. DATA AND METHOD

### 4.1. Dataset

In this study, the relationship between military expenditures per capita and gross domestic product per capita and economic freedom was examined in 13 MENA countries (Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Israel, Jordan, Kuwait, Lebanon, Morocco, Oman, Saudi Arabia, Tunisia, and Turkey) for the period 1996-2018. In the model, property rights, government integrity, tax burden, business freedom, monetary freedom, trade freedom, and investment freedom are used as the main determinants of economic freedom. Due to the lack of other economic freedom indices and data from other countries, these 13 countries and economic freedom indices were used. The GDP per capita was obtained from the World Bank and the economic freedom indices from the Heritage Foundation (WB 2019, HF 2019). The variables used in the analysis and explanations of the variables are shown in Table 2.

**Table 2. Variables and Definitions of Variables**

<b>Variables</b>	<b>Definitions</b>
<b>IMLEXP</b>	The logarithm of the share of military expenditure per capita in GDP (%)
<b>IGDP</b>	GDP per capita (%) logarithm
<b>PRORI</b>	Property right index
<b>GOVIN</b>	Government integrity index
<b>TAXB</b>	Tax burden index
<b>BUSFR</b>	Business freedom index
<b>MONFR</b>	Monetary freedom index
<b>TRAFR</b>	Trade freedom index
<b>INVFR</b>	Investment freedom index

The MILEXPER and GDP series vary widely between countries in the analysis. Therefore, the logarithm of MILEXPER and GDP variables was taken to reduce the effects of outliers and to convert the series to linear. In this context, the following regression equation was estimated;

$$lMILEXPER_{it-1} = \alpha_i + \beta_1 lGDP_{it-1} + \beta_2 TAXB_{it-1} + \beta_3 PRORI_{it-1} + \beta_4 MONFR_{it-1} + \beta_5 TRAFR_{it-1} + \beta_6 GOVIN_{it-1} + \beta_7 INVFR_{it-1} + \beta_8 BUSFR_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

#### 4.2. Method

In order to determine the tests to be applied in the model, homogeneity and cross-sectional dependence should be tested first. In this context, the homogeneity of the model was tested by Swamy S test.

**Table 3. Swamy S Homogeneity Test Results**  
**Test of Parameter Constancy**

Chi2(72)	Prob.
3558.69	0.0000

When Table 3 is examined, it is concluded that the probability value of the test statistics for the model to be estimated as less than 0.05 significance level, and hence, the parameters are heterogeneous.

The cross-sectional dependence of units forming the panel is important in panel unit root tests. In the absence of cross-sectional dependence, first-generation panel unit root tests can be applied, and in the case of cross-sectional dependence, second-generation panel unit root tests are performed. Cross-sectional dependence can be tested with the help of the tests derived for this purpose. In case  $T > N$ , Breusch Pagan (1980) LM test; in the case of  $T < N$ , Pesaran (2004) CD test; while  $N$  and  $T$  are large, it is appropriate to use the Pesaran, Ullah and Yamagata (2008) NLM test. LM test statistics are calculated as follows;

$$LM = T \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}^2$$

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} [\sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}] \square N(0,1)$$

$$NLM = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T \hat{\rho}_{ij}^2 - 1) \square N(0,1)$$

$\hat{\rho}_{ij}$  in the statistics indicates the correlation coefficient between OLS and the residues obtained from each regression. Hypothesis of the test;

$H_0$ : There is no dependence between cross-sections.

$H_1$ : There is dependence between cross-sections.

**Table 4. Cross-Sectional Dependence Test Results**

Test	Statistic
LM	107.4 ***
LM adj*	1.697 *
LM CD*	-1.445

The existence of cross-sectional dependence in the series in the model was tested with all three tests and is presented in Table 4. However, as the time dimension was larger than the individual dimension ( $T > N$ ) in the study, the Breusch Pagan LM test results were more consistent to test for the presence of cross-sectional dependence. According to the results in

Table 4, the zero hypothesis is firmly rejected because the probability values of Breusch Pagan LM statistics are less than 0.05. It is concluded that military expenditures in one of these countries affect other countries as well.

#### 4.2.1. Panel Unit Root Test

In order to reveal a good relationship between the variables, the stationary of the series used in the model should be tested. When the variables in the regression model are not stationary, the standard assumptions valid for asymptotic analysis become invalid, and the estimation results can be misleading. If the series includes cross-sectional dependence, second-generation panel unit root tests are used, which take into account cross-sectional dependence. The second-generation tests are divided into three groups. In the first group, the first-generation tests are corrected to take into account the cross-sectional dependence with various transformations. These transformations reduce the cross-sectional dependence but do not eliminate it. The second group includes panel unit root tests based on system estimates such as Multivariate Augmented Dickey-Fuller (MADF). The other group includes tests such as PANIC, which model cross-sectional dependence using common factors.

**Table 5. First-Generation Panel Unit Root Test Results**

<b>Variables</b>	<b>LLC</b>	<b>HT</b>	<b>IPS</b>
<b>IMILEXPER</b>	-3.3252***	0.7356***	-2.1571**
<b>IGDP</b>	-1.1789*	0.9734	1.2670
<b>PRORI</b>	-2.4952***	0.7784***	-2.0664**
<b>GOVIN</b>	-4.2540***	0.7411***	-3.7903***
<b>TAXB</b>	-7.6013***	0.7778***	-5.1272***
<b>BUSFR</b>	-2.9888***	0.7379***	-1.7338**
<b>MONFR</b>	-3.1202***	0.8575	-3.1084***
<b>TRAFR</b>	-4.0033***	0.6788***	-2.7183***
<b>INVFR</b>	-1.9503**	0.8292	-0.7051

Notes: Levels of significance are indicated by asterisks: \*\*\*1%, \*\*5%, \* 10%. The appropriate lag lengths have been selected according to the Akaike information criterion. The Bartlett Kernel method was used in the LLC test, and the bandwidth was determined by the Newey-West method. Variables were tested with constant and level values.

When Table 5 is examined, it is understood that IGDP and INVFR variables are stationary according to the LLC test and not stationary according to HT and IPS tests. MONFR variable is stationary according to LLC and IPS tests, and it is not stationary according to the HT test. All other variables are stationary according to all test results.

The fact that the cross-sectional dependence does not entirely disappear with the difference from the average process decreases the power of the first-generation panel unit root tests. Therefore, the second and third generation panel unit root tests can be more reliable in terms of the robustness of the unit root tests. These tests allow different integration levels (MADF) and can model cross-sectional dependence with the help of factors (PANIC).

**Table 6. Second-Generation and Third-Generation Panel Unit Root Test Results**

Variables	MADF		PANIC				
	MADF	%5 CV	MQ_c	MQ_f	p_a	p_b	PMSB
<b>IMILEXPER</b>	82.353*	34.737	-10.948*	-9.354*	-0.968	-0.768	-0.82
<b>IGDP</b>	40.150*	34.737	-4.328*	-11.833*	-2.049*	-1.386*	-1.203
<b>PRORI</b>	69.638*	34.737	-11.427*	-6.567*	-0.297	-0.268	-0.303
<b>GOVIN</b>	196.923*	34.737	-11.377*	-11.663*	-0.227	-0.244	0.446
<b>TAXB</b>	181.671*	34.737	-14.752*	-6.153*	-0.373	-0.402	0.42
<b>BUSFR</b>	206.583*	34.737	-13.152*	-15.607*	0.005	0.005	0.133
<b>MONFR</b>	72.646*	34.737	-6.744*	-3.951*	-0.532	-0.508	-0.062
<b>TRAFR</b>	111.980*	34.737	-15.714*	-7.342*	-0.944	-0.817	-0.478
<b>INVFR</b>	77.895*	34.737	-4.588*	-11.907*	-2.121*	-1.53*	-1.245*

Notes: Levels of significance are indicated by asterisks: \* 5%. The lag length was 1 in the MADF test, and the Akaike information criterion was selected in the PANIC test, and factor-based decomposition was determined as 2. Variables were tested with constant and level values.

Table 6 shows the MADF and PANIC unit root test results. The basic hypothesis of the MADF test was established that all 13 time series of the panel were I(1). According to the MADF test results, it is understood that all variables are stationary at a 95% confidence level. In the PANIC test, the stationary of both the common factors (MQ\_c and MQ\_f) and the residuals (p\_a, p\_b, and PMSB) were tested separately. Accordingly, it is seen that common factors are stationary in all variables.

#### 4.2.2. Estimation of Panel Regression Coefficients

After the homogeneity test, cross-sectional dependence test, and unit root tests were performed, the model panel was estimated with the OLS estimator. Then, heteroskedasticity and autocorrelation analyses were performed to test the regression assumptions. Next, the Hausman test was conducted to determine which estimator (fixed effect or random effect) was appropriate, and the fixed effects estimators were found to be appropriate. Driscoll-Kraay Robust Standard Errors (DK) estimator was used to solve these heteroskedasticity and autocorrelation problems. The estimation results of the model are shown in Table 7.

**Table 7. Panel Regression Test Results**

Dependent Variable:	FE (1)	RE (2)	DK (3)	DK (4)
<b>IMILEXPER</b>				
<b>Constant</b>	-1.477421	-4.812364***	-1.477421	-1.304893
<b>IGDP</b>	0.8125201***	1.179718***	0.8125201***	0.7639563***
<b>TAXB</b>	0.0132171***	0.0109648***	0.0132171***	0.0130199***
<b>PRORI</b>	-0.0022442	-0.0001039	-0.0022442	-0.0032016*
<b>MONFR</b>	-0.0079008***	-0.0074617***	-0.0079008**	-0.0072865**
<b>TRAFR</b>	0.0031468*	0.0023516	0.0031468*	0.0035269*
<b>GOVIN</b>	-0.0085777***	-0.0078307***	-0.0085777***	-0.0087635***
<b>INVFR</b>	-0.0036103***	-0.0014292	-0.0036103**	-0.0034352**
<b>BUSFR</b>	-0.0037213*	-0.0040918*	-0.0037213	
<b>Number of observations</b>	299	299	299	299
<b>Number of countries</b>	13	13	13	13
<b>R<sup>2</sup></b>	0.5744	0.5623	0.5744	0.5693
<b>Hausman Test</b>				44.12*

Note: Column (1) presents the fixed effects (FE), and column (2) presents the random effects (RE). Column (3) and (4) report the estimate with Driscoll-Kraay (DK) estimator. Levels of significance are indicated by asterisks: \*\*\*1%, \*\*5%, \* 10%.

As stressed by the economic literature, the estimated coefficient of IGDP is significant. Concerning the economic freedom variables, the estimated coefficients of TAXB, PRORI, MONFR, TRAFR, GOVIN, and INVFR are statistically significant and have the expected sign for DK estimator. There is a positive relationship between IMILEXPER and IGDP, TAXB, TRAFR. Furthermore, there is a negative relationship between IMILEXPER and PRORI, MONFR, GOVIN, INVFR. BUSFR has the expected sign with a DK estimator but is not significant. It can be seen that results are robust to various econometric specifications in terms of statistical significance and size of coefficients. Moreover, while the Hausman test suggests the fixed effects model to be the preferred specification, it is seen that there are very few differences between fixed effects and DK models, which lead to very similar coefficients and statistically significance levels. Therefore, test results are not sensitive to the estimation technique and show the robustness of the relation between IMILEXPER and economic freedom.

#### 4.2.3. Panel Causality Test

The causality analysis, first developed by Granger (1969), allows us to investigate whether variables other than that provide useful information in predicting the future value of a variable. In recent years, several tests have been developed to examine the panel causality relationship. In this study, the causality relationship between the series was investigated with the method developed by Dumitrescu and Hurlin (2012). The main advantage of the Dumitrescu and Hurlin (2012) test is that it considers cross-sectional dependence between the countries in the panel. The other advantage of the test is that it is insensitive to the size difference between the time dimension and the cross-sectional dimension. Dumitrescu and Hurlin (2012) investigated the causality relationship between variables with the help of the linear model mentioned below (Dumitrescu, Hurlin, 2012).

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^{(k)} \gamma_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^{(k)} \chi_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t}$$

K represents the lag length that is identical for all cross-sections,  $\beta_i$  represent  $(\beta_i^1, \dots, \beta_i^K)$ . The null and alternative hypotheses established for the equation above are as follows (Dumitrescu, Hurlin, 2012):

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_1: \beta_i = 0 \quad \forall i = 1, \dots, N$$

$$\beta_i \neq 0 \quad \forall i = N_1+1, N_1+2, \dots, N$$

Dumitrescu and Hurlin (2012) calculated individual Wald statistics ( $W_{i,T}$ ) for cross-sections in order to test the null and alternative hypotheses and obtained the panel's Wald statistics ( $W_{N,T}^{HNC}$ ) by averaging these statistics. Dumitrescu and Hurlin (2012) recommend the use of the  $Z_{N,T}^{HNC}$  Statistic with asymptotic distribution when the time dimension is greater than the cross-sectional dimension. If the cross-sectional dimension is larger than the time dimension,  $Z_N^{HNC}$  statistic is used.

**Table 8. Panel Causality Test Results**

Null Hypothesis				W- statistic	Z-bar tilde statistic	Prob.	Result
IGDP	does	not	granger-cause	4.0001	6.0023	0.0000	IGDP=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	2.3573	0.0979	0.9220	IMILEXPER≠>IGDP
TAXB	does	not	granger-cause	14.5990	3.3897	0.0007	TAXB=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	19.0729	5.3854	0.0000	IMILEXPER=>TAXB
PRORI	does	not	granger-cause	3.6775	5.3306	0.0000	PRORI=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	28.5730	9.6231	0.0000	IMILEXPER=>PRORI
MONFR	does	not	granger-cause	4.9542	3.6454	0.0003	MONFR=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	11.1183	1.8371	0.0662	IMILEXPER=>MONFR
TRAFR	does	not	granger-cause	1.1259	0.0172	0.9863	TRAFR≠>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	12.8130	2.5930	0.0095	IMILEXPER=>TRAFR
GOVIN	does	not	granger-cause	4.0120	6.0271	0.0000	GOVIN=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	12.9066	2.6348	0.0084	IMILEXPER=>GOVIN
INVFR	does	not	granger-cause	3.2898	4.5234	0.0000	INVFR=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	13.9806	3.1139	0.0018	IMILEXPER=>INVFR
BUSFR	does	not	granger-cause	15.5007	3.7919	0.0001	BUSFR=>IMILEXPER
IMILEXPER	does	not	granger-cause	12.5110	2.4583	0.0140	IMILEXPER=>BUSFR

In this study, Dumitrescu and Hurlin (2012) panel causality test was applied, and the obtained results are presented in Table 8. In this study, the results of  $Z_{N,T}^{HNC}$  (Z-bar tilde) Test statistics suggested by Dumitrescu and Hurlin (2012) are used because the time dimension is larger than the horizontal cross-sectional dimension. Table 8 shows that there is a bidirectional causal relationship between IMILEXPER and TAXB, PRORI, MONFR, GOVIN, INVFR, and BUSFR. On the other hand, there is a unidirectional causality relationship from IGDP to IMILEXPER and from IMILEXPER to TRAFR.

## 5. CONCLUSION

In this study, the relationship between military expenditures and economic freedom was investigated by using panel data analysis during the period 1996-2018 in 13 MENA countries (Algeria, Bahrain, Egypt, Iran, Israel, Jordan, Kuwait, Lebanon, Morocco, Oman, Saudi Arabia, Tunisia, and Turkey). As a result of the regression, it is seen that there is a relationship between military expenditures, economic growth, and economic freedom in 13



MENA countries. It was determined that economic growth, tax burden, and trade freedom had a positive impact on military expenditures. Furthermore, it was concluded that property rights, monetary freedom, government integrity, and investment freedom negatively affected military expenditures. These negative effects on military expenditures are similar to the results of other studies in the literature.

The positive impact of trade freedom on military expenditures stems from the regional characteristics of MENA countries. Especially in the light of the experience of countries such as Iran, Libya, and Syria, it is expected that trade freedom and consequently the import of arms will be reduced in the embargoed countries, and therefore, the military expenditures will decrease. While there is a bidirectional causal relationship between military expenditures and tax burden, property rights, monetary freedom, government integrity, investment freedom, and business freedom, there is a unidirectional causality relationship from economic growth to military expenditures and from military expenditures to trade freedom.

The policy implications of these results are clear. The consolidation of the democratic regime transitions and thus the increase in the level of economic freedom leads to a decrease in military expenditures. Especially in MENA countries, which are more exposed to internal turmoil and external threats, the reduction of military expenditures is possible by increasing the level of economic freedom. This rise will also improve the standards and the quality of individuals' lives, and thus help to reduce internal turmoil. Reducing internal turmoil will also decrease external threats; therefore, military expenditures.

## REFERENCES

- ABDELFAHATTAH, Y. M., ABU-QARN, A. S., DUNNE J. P., and ZAHER S. (2014). "The Demand for Military Spending in Egypt." *Defence and Peace Economics*, 25 (3): 231–245.
- ACEMOGLU, D., TICCHI, D., and VINDIGNI, A. (2010). "A Theory of Military Dictatorships". *American Economic Journal: Macroeconomics*, 2 (1): 1–42.
- ALBALATE, D., BEL, G., and ELIAS, F. (2012). "Institutional Determinants of Military Spending". *Journal of Comparative Economics*, 40: 279–290.
- ALPTEKIN, A., and P. L. LEVINE. (2012). "Military Expenditure and Economic Growth: A Meta-Analysis". *European Journal of Political Economy*, 28 (4): 636–650.
- BAI, J and NG, S. (2004). "A Panic Attack on Unit Roots and Cointegration". *Econometrica*, 72(4): 1127-1177.
- BALIGA, S., LUCCA, D. O., and SJOSTROM, T. (2011). "Domestic political survival and international conflict: is democracy good for peace?". *Review of Economic Studies*, 78, 458–486.
- BLUM, J. (2018). "Defense Burden and the Effect of Democracy: Evidence from a Spatial Panel Analysis". *Defence and Peace Economics*, 29:6, 614-641.
- BOVE, V., and J. BRAUNER. (2016). "The Demand for Military Expenditure in Authoritarian Regimes". *Defence and Peace Economics*, 27 (5): 609–625.
- BRAUNER, J. (2015). "Military Spending and Democracy". *Defence and Peace Economics*, 26 (4): 409–423.

- BREUSCH, T., and PAGAN, A. (1980). "The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification in Econometrics". *Review of Economic Studies*, 47: 239-253.
- COLLIER, P., and HOEFFLER, A. (2007). "Unintended consequences: does aid promote arms races?". *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 69(1), 1-27.
- DIZAJI, S. F. (2014). "The Effects of Oil Shocks on Government Expenditures and Government Revenues Nexus (With an Application to Iran's Sanctions)." *Economic Modelling*, 40: 299–313.
- DOYLE, M. W. (1986). "Liberalism and World Politics". *American Political Science Review*, 80 (4): 1151–1169.
- DRISCOLL, J. C, and KRAAY, A. C. (1998). "Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Panel Data". *Review of Economics and Statistics*, 80: 549-560.
- DUMITRESCU, E. I., and HURLIN, C. (2012). "Testing for Granger Non-Causality in Heterogeneous Panels". *Economic Modelling*, 29(4): 1450-1460.
- DUNNE, J. P., and PERLO-FREEMAN, S. (2003). "The Demand for Military Spending in Developing Countries". *International Review of Applied Economics*, 17 (1): 23–48.
- DUNNE, J. P., and TIAN, N. (2013). "Military expenditure and economic growth: A survey". *The Economics of Peace and Security Journal*, 8(1):5-11.
- DUNNE, J. P., PERLO-FREEMAN, S., and SMITH. R. P. (2008). "The Demand for Military Spending in Developing Countries: Hostility versus Capability". *Defence and Peace Economics*, 19 (4): 293–302.
- DUNNE, J. P., PERLO-FREEMAN, S., and SMITH. R. P. (2011). "Determining Military Expenditures: Dynamics, Spillovers and Heterogeneity in Panel Data". Paper Prepared for the Economic Society South Africa Conference at the University of Stellenbosch, 1-21.
- FARZANEGAN, M. R. (2014). "Military Spending and Economic Growth: The Case of Iran". *Defence and Peace Economics*, 25 (3): 247–269.
- FORDHAM, B. O., and WALKER, T. C. (2005). "Kantian liberalism, regime type, and military resource allocation: Do democracies spend less?". *International Studies Quarterly*, 49(1), 141-157.
- FREEDOM HOUSE, (2019). "Freedom in the World Countries", <https://freedomhouse.org/report/countries-world-freedom-2019>.
- GOLDSMITH, B. E. (2007). "Arms Racing in 'Space': Spatial Modelling of Military Spending around the World". *Australian Journal of Political Science*, 42:3, 419-440.
- GYLFASON, T., MARTINEZ-ZARZOSO, I., and WIJKMAN P.M. (2015). "Can free trade help convert the 'Arab Spring' into permanent peace and democracy?". *Defence and Peace Economics*, 26:3, 247-270.
- HF, Heritage Foundation, 2019, Economic Freedom Index.
- JAMES, P., SOLBERG, E., and WOLFSON, M. (1999). "An identified systemic model of the democracy peace nexus". *Defence and Peace Economics*, 10: 1-38.

- KIM, H. C., KIM, H. M., and LEE, J. (2013). "The Post-Coup Military Spending Question Revisited, 1960–2000". *International Interactions*, 39 (3): 367–385.
- KIMENYI, M. S., and MBAKU, J. M. (1995). "Rents, military elites, and political democracy". *European Journal of Political Economy*, 11(4), 699-708.
- LEBOVIC, J. H. (2001). "Spending Priorities and Democratic Rule in Latin America." *Journal of Peace Research*, 45 (4): 427–452.
- LSKAVYAN, V. (2011). "Democracy levels and the income–military expenditure relationship", *Applied Economics Letters*, 18:15, 1485-1489.
- MULLIGAN, C., GIL, R. and SALA-I-MARTÍN, X. (2004). "Do democracies have different public policies than nondemocracies?". *Journal of Economic Perspectives*, 18, 51–74.
- NORDHAUS, W., ONEAL, J. R., and RUSSETT, B. (2009). "The Effects of the security environment on military expenditures: Pooled analyses of 165 Countries, 1950-2000". Cowles Foundation Discussion Papers 1707, Cowles Foundation for Research in Economics, Yale University, revised Oct 2009.
- NORDHAUS, W., ONEAL, J. R., and RUSSETT, B. (2012). "The Effects of the International Security Environment on National Military Expenditures: A Multicountry Study." *International Organization* 66 (3): 491–513.
- PESARAN, M. H. (2004). "General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels." The University of Cambridge, Faculty of Economics, Cambridge WP 0435 in Economics, 1-43.
- PESARAN, M. H., ULLAH, A., and YAMAGATA, T. (2008). "A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence". *Econometrics Journal*, 11: 105-127.
- ROSH, R. M. (1988). "Third World Militarization: Security Webs and the States They Ensnare". *Journal of Conflict Resolution*, 32 (4): 671–698.
- ROTA, M. (2011). "Military Burden and the Democracy Puzzle." MPRA Paper No. 35254, 1-31.
- ROTA, M. (2016). "Military spending, fiscal capacity, and the democracy puzzle". *Explorations in Economic History*, 60, 41-51.
- RUSSETT, B. M. (1993). *Grasping the Democratic Peace: Principles for a Post-cold War World*. Princeton: Princeton University Press.
- SEIGLIE, C. (2016). "Openness of the Economy, Terms of Trade, and Arms". *Southern Economic Journal*, 82(3): 748-759.
- SIPRI. (2019). "SIPRI Military Expenditure Database". Solna: Stockholm International Peace Research Institute.
- SOLARIN, S. A. (2018). "Determinants of Military Expenditure and the Role of Globalisation in a Cross-Country Analysis", *Defence and Peace Economics*, 29:7, 853-870.
- TATOGLU, F. Y. (2017). *Panel Zaman Serileri Analizi*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- TAYLOR, M. P., and SARNO, L. (1998). "The Behaviour of Real Exchange Rates During the Post-Bretton Woods Period". *Journal of Internal Economics*, 46(2): 281-312.

- TONGUR, U., HSU, S., and ELVEREN, A. Y. (2015). "Military Expenditures and Political Regimes: Evidence from Global Data, 1963– 2000". *Economic Modelling*, 44 (C): 68–79.
- WALL, H. (1996). "Is a military really a luxury good? An international panel study of LDCs". *Applied Economics*, 28: 41–4.
- WB, World Bank, 2019 World Development Indicators.
- YILDIRIM, J., and SEZGIN, S. (2005). "Democracy and Military Expenditure: Cross-Country Evidence". *Transition Studies Review*, 12 (1): 93–100.

# İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenciler Üzerindeki Etkilerine Dair Bir Araştırma<sup>1</sup>

(Araştırma Makalesi)

*A Research on the Effects of the Internet and Social Media Addiction on Students*

*Doi: 10.29023/alanyaakademik.597820*

**Eda BÜYÜKGEBİZ KOCA**

*Dr., eda\_bykgbz@hotmail.com*

*Orcid No: 0000-0001-6944-8266*

**Mustafa Zihni TUNCA**

*Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mustafatunca@sdu.edu.tr*

*Orcid No: 0000-0003-2315-905X*

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Büyükgebiz Koca, E., & Tunca, M.Z. (2020). *İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenciler Üzerindeki Etkilerine Dair Bir Araştırma*. *Alanya Akademik Bakış*, 4(1), Sayfa No. 77-103.

## **Anahtar kelimeler:**

*Sosyal medya bağımlılığı, İnternet bağımlılığı, Karma desen, Lise öğrencileri, Akıllı telefon bağımlılığı*

*Makale Geliş Tarihi:*

*29.07.2019*

*Kabul Tarihi:*

*11.09.2019*

## **ÖZET**

Günümüzde internetin yaygınlaşması ve internete erişimin kolaylaşması yetişkinlerde olduğu gibi ergenlerde de internet kullanımının artmasına neden olmuştur. İnternet bireylere sayısız faydalar sağlamakla birlikte çeşitli zararlar da verebilmektedir. Bu zararlar fiziksel, davranışsal, ruhsal ve diğer şekillerde meydana gelebilirken bireylerin sadece kendilerini değil sosyal ve çalışma hayatlarını da doğrudan etkileyebilmektedir. Bu durum çocuk ve gençlerin eğitim süreçleri açısından ise ciddi sorunlar doğurabilmektedir. Bu çalışmada internet ve sosyal medya bağımlılığının öğrenciler üzerindeki etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada karma desen türlerinden biri olan açıklayıcı sıralı desen yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle öğrencilerin internet bağımlılık seviyelerinin ölçülmesi amacıyla bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Sonrasında ise internet bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilen 15 öğrencinin aileleri ile görüşme gerçekleştirilerek mevcut internet kullanım düzeylerinin öğrenciler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışma sonucunda ailelerin internet ve sosyal medya kullanımının öğrencilerin okuldaki başarı durumunu ve çevreleriyle olan iletişim düzeylerini olumsuz etkilemesinden rahatsızlık duydukları ancak velisi oldukları öğrencilerin

<sup>1</sup> Bu çalışma Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim dalında 2018 yılında Prof. Dr. Mustafa Zihni Tunca danışmanlığında tamamlanmış olan Eda Büyükgebiz Koca'nın "Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Uygulama" adlı doktora tezinden türetilmiştir. Bu çalışma 27-29 Nisan 2019 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen V. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu'nda sunulan bildiriden geliştirilmiştir.

*ergenlik döneminde olmalarından dolayı çok fazla müdahale edemedikleri sonucuna ulaşılmıştır.*

#### ABSTRACT

#### Keywords:

*Social media addiction, Internet addiction, Mixed design, Highschool students, Smartphone addiction*

*Nowadays, the widespread use of the internet and the ease of access to the internet have led to an increase in the use of the internet in adolescents as well as adults. Although the internet provides numerous benefits to individuals, it can also cause various harms. While these harms can be occurred in physical, behavioral, mental, and other ways, they can directly affect not only individuals but also their social and business lives. This situation may cause severe problems in terms of the education processes of children and young people. This study aimed to investigate the effects of the internet and social media addiction on students. In this context, the explanatory sequential design was used. Firstly, a survey was conducted to measure the internet addiction levels of the students. Afterwards, the interviews were conducted with the families of 15 students whose internet addiction levels were found to be high in order to examine the effects of the current internet usage levels on the students. As a result of the study, it was concluded that the parents were uncomfortable with the use of the internet and social media which negatively affect students' success and communication with their environment, but they could not intervene too much since the students are adolescents.*

## 1. GİRİŞ

Teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte internetin, cep telefonları ve diğer modern iletişim araçlarında kullanımı artmıştır. İnternete erişimin kolaylaşması ve internet kullanıcı sayısının hızla artması internette sunulan ürün ve hizmetlerin de artmasını sağlamıştır. Bu ürün ve hizmetlerin günümüz insanı için en önemli unsurlardan zamana olan katkısı ile birlikte internet kullanımı birçok insan için bir tercih olmaktan çıkıp zorunluluk haline gelmiştir. İnternette sunulan ve günlük yaşamı kolaylaştıran ürün ve hizmetlere sosyal ağlar gibi iletişim ve eğlence araçlarının da eklenmesiyle birlikte internet kullanımı farklı bir boyut almıştır. Hayatı kolaylaştıran çeşitli ürün ve hizmetlerle insanlara fayda ve zaman tasarrufu sağlayan internet, müzik ve video içerikli siteler, oyun ve eğlence siteleri, sosyal ağ uygulamaları gibi insanlara keyif veren içeriklerin artmasıyla artık çoğu kullanıcının zamanını tüketen bir alışkanlık hatta bağımlılık haline gelmiştir.

2000'li yılların başlarında yaygınlaşmaya başlayan sosyal ağlar çift yönlü iletişime olanak tanınması sebebiyle sosyal medya kavramının da gelişimine olanak tanımıştır. Sosyal medya bireylere haberleşme imkânı sunup, bireylerin duygu, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşımı imkânı tanımakta ve onların karşılıklı bir şekilde çevrimiçi etkileşim kurmalarını sağlamaktadır (Sayımer, 2008: 123). Sosyal medya; insanların internet aracılığıyla fikirlerini, düşüncelerini, deneyimlerini tüm dünya ile bağlantı kurarak arkadaşlarıyla ve/veya yabancılarla paylaştığı çevrimiçi platformlardır (Odabaşı, 2010: 106). Sosyal medya iletişim kurabilmek adına zaman ve mekân sınırı olmadan dünya çapında tüm bireyler ile bağlantı halinde olabilmeye olanak tanımaktadır.

İnternet bağımlılığı kavramı ise ilk olarak Goldberg (1996) tarafından Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-

4'te) (Amerikan Psikiyatri Birliği, 1995) yer alan madde bağımlılığı kriterlerinin internet kullanımı için uyarlanmasıyla ortaya çıkmıştır. İnternet bağımlılığı, Young (1996a) tarafından birey için internet kullanım isteğine bir türlü dizgin vurulamaması, internetsiz geçirilen zamanın bir önemi olmaması ve bireyin internete erişemediği zaman diğer bağımlılıklarda olduğu gibi yoksunluk belirtileri (aşırı sinirlilik hali ve saldırganlık) göstermesi olarak ifade edilmiştir. İnternet bağımlılığı Caplan (2002) tarafından ise genellikle internetin kontrol edilemeyen ve zararlı kullanımı olarak tanımlanmıştır. İnternet bağımlılığı farklı şekilde ortaya çıkan fiziksel problemlerin yanı sıra zihinsel problemleri de beraberinde getirebilen bir dürtü kontrol bozukluğudur (Karagözoğlu Aslıyüksek, 2017: 23).

Bireyler internet kullanımında zamanla kontrol kaybı yaşamaktadırlar. Buna bağlı olarak da bireyler kendini sıkıntılı ruh halleri içinde bulmaktadırlar ve buna bağlı olarak bireylerin günlük aktivitelerinde işlevsel bozulmalar yaşanmaktadır (Shapira vd., 2003: 208). İnternet aşırı bir şekilde kullanıldığı zaman bireyler içinde buldukları gerçek sosyal ortamlardan uzaklaşmaktadırlar. Bu da yalnızlık ve psiko-sosyal işlevlerde bozulma gibi çeşitli problemleri tetiklemektedir (Savcı, 2017: 6). İnternet bağımlılığının, madde kullanımında olduğu gibi dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu, sosyal fobi, anksiyete ve depresyon gibi ruhsal ve davranışsal bozukluklar gibi sorunlara sebebiyet verebildiği ortaya konulmuştur (Günay vd., 2018: 80). Bireyler sürekli bir şekilde internete girme düşüncesi yüzünden başka bir düşünceye odaklanamamaktadırlar. Bireyler bütün bu durumların bilincinde olmasına rağmen internet kullanmayı sürdürmektedir ve bu süre giderek artmaktadır (Young, 1999: 30). Bireylerin internete erişiminin kısıtlandığı durumlarda ise bireylerde anksiyete ve buna benzer belirtiler ortaya çıkmaktadır (Esen, 2010: 8). Birey internetten yoksun kaldığı zamanlarda ise aşırı şekilde sinirlilik ve saldırganlık hali içerisinde olmaktadır. Buna bağlı olarak da bireyin iş, sosyal ve ailevi hayatı zamanla daha kötü hal alıp kalıcı bir bozukluğa sebep olabilmektedir (Arisoy, 2009: 56).

Bireyler internet kullanırken içinde buldukları zaman kavramını yitirip ne kadar zaman geçirdiklerinin farkında olmamaktadırlar. Buna bağlı olarak bireylerde başarısızlıktan ve işlerini aksatmadan dolayı kızgınlık, gerginlik, yalan söyleme ve sosyal hayattan uzaklaşma gibi olumsuz durumlar yaşanmaktadır (Ceyhan, 2008: 110). İnternet bağımlılığının herhangi bir yaş sınırlaması yoktur. Bu bağımlılık bütün bireylerde görülebilmektedir fakat en büyük risk grubunu bir kimlik arayışı içerisinde olan ergenler oluşturmaktadır (Öztürk vd., 2007: 39). Gençler ve ergenler internet ve sosyal medya ile gereğinden fazla ilgilenmektedirler ve bu durum aileler ya da diğer kişiler tarafından oldukça normal karşılanmaktadır (Ünlü, 2018: 161). Oysa onlar gelişme ve değişme dönemlerinde olduklarından dolayı yetişkin bir bireye göre daha fazla hasar alabilmektedirler. Bu durum da bireylerde davranış bozukluğuna sebebiyet vermenin yanı sıra bağımlılık, telif ihlalleri, pornografi, kumar, şiddete meyil vb. durumları da beraberinde getirmektedir. Bu olumsuzluklarla birlikte yoğun bir şekilde bilgisayar, cep telefonu ve internet kullanımı özellikle gelişme çağındaki gençlerin zihinsel, duygusal, sosyal, cinsel, kişisel, ahlaki ve bedensel gelişimlerini olumsuz etkilemektedir. Bu yoğun kullanım sadece sosyal hayatta değil aynı zamanda eğitim hayatında da başarısızlıkların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Çünkü gençler internet vasıtasıyla kendilerine ait bir dünya oluşturmakta ve bu dünya ile gerçek hayat arasında bir denge kuramamaktadırlar.

Bu çalışmada internet ve sosyal medya bağımlılığının öğrenciler üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonraki kısımlarında internet bağımlılığının belirtileri

ve internet bağımlılığını etkileyen faktörler hakkında bilgi verildikten sonra internet bağımlılığı üzerine yapılmış çalışmalara kapsamlı bir şekilde değinilmiştir. Takip eden bölümde ise çalışmada kullanılan yöntem ayrıntılı bir şekilde açıklanıp sosyal medya internet bağımlılığının öğrenciler üzerindeki etkileri incelenmiştir.

## 2. İNTERNET BAĞIMLILIĞININ BELİRTİLERİ VE İNTERNET BAĞIMLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

İnternetin aşırı kullanımına yönelik ilk deneysel çalışmalar Young (1996a) tarafından gerçekleştirilmiştir. İnternet bağımlılığı ilk başlarda herhangi bir sınıfa dâhil edilemediği ve üzerinde genel kabul görmüş bir tanıma sahip olmadığı için kendine en yakın bozukluk olarak görülen ve DSM-IV'te (Amerikan Psikiyatri Birliği, 1995) tanımlanan patolojik kumar oynama kriterleri Young (1996b) tarafından internet bağımlılığına uyarlanmıştır. Bu uyarlama sonucunda Young sekiz maddeden oluşan internet bağımlılığı teşhis kriterleri (Diagnostic Criteria for Internet Addiction) ölçeğini geliştirmiştir. Bireyin aşağıda verilen sekiz maddeden en az beş tanesini karşılaması durumunda birey internet bağımlısı olarak nitelendirilir (Young, 1996b: 238-239):

- I. İnternet ile alakalı aşırı miktarda zihinsel uğraş (devamlı bir şekilde interneti düşünme, internette gerçekleştirilen oyunların ve yapacak olduğu aktivitelerin hayalini kurma vb. gibi durumlar)
- II. Arzu edilen keyfi alabilmek amacıyla giderek artan oranda interneti kullanma ihtiyacı hissetme.
- III. İnternet kullanımını kontrol etmeye, azaltmaya ya da tamamen bırakmaya yönelik girişimlerin başarısız olması.
- IV. İnternet kullanımının azaltılması ya da tamamen kesilmesi durumunda geçmek bilmeyen huzursuzluk, bitkinlik ya da kızgınlık gibi çeşitli duygudurumlarının hissedilmesi.
- V. Başlangıçta planlanan süreden daha uzun süre internette vakit geçirme.
- VI. İnternette çok fazla vakit geçirildiği için etrafındakilerle sorunlar yaşama, eğitim veya kariyer hayatıyla ilgili bir fırsatı tehlikeye atma ya da bu fırsatı elden kaçırma.
- VII. Etrafındaki kişilere (aile, arkadaşlar, terapist, vb. bireylere) internette geçirdiği süreyle ilgili yalanlar söyleme.
- VIII. İnterneti problemlerden kaçmak veya olumsuz duygulardan uzaklaşmak için kullanma.

Yukarıdaki belirtilen kriterlerden beş tanesine ya da daha fazlasına “Evet” cevabını verenler bireyler “İnternet Bağımlısı”; diğerleri ise “Normal İnternet Kullanıcıları” olarak sınıflara ayrılmaktadır (Young, 1996b: 239).

Literatürde internet bağımlılığının ergenler üzerindeki etkilerinin incelendiği birçok çalışma vardır. Morahan-Martin ve Schumacher (2000) patolojik internet kullanımını için yüksek risk taşıdıkları düşünülen 277 kolej öğrencisinde yaptıkları çalışmada patolojik internet kullanıcılarının daha çok erkekler olduğu ve teknolojik olarak gelişmiş sitelerde çevrimiçi oyunları daha sık kullandıkları sonucunu ortaya çıkarmışlardır.

Anderson (2001) üniversite öğrencilerinin internet kullanımlarının sosyal hayatlarını ve akademik hayatlarını nasıl etkilediğini araştırmak amacıyla 1296 üniversite öğrencisi ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, internet bağımlısı olan bireylerin



vakitlerinin çoğunu internette geçirdikleri ve yeni arkadaş edinmede, ödevlerini yapmada ve uyku düzenlerinde bağımlı olmayanlara kıyasla daha fazla sorun yaşadıkları sonuçları elde edilmiştir.

Kubey vd., (2001) tarafından yapılan bir araştırmada internet bağımlılığının öğrencilerde derslere geç kalma, derslerini kaçırma, derse uykusuz ve yorgun gitme gibi olumsuz sonuçlara yol açabileceği tespit edilmiştir.

Morahan-Martin ve Schumacher (2003) bireylerin sosyal ilişkilerini internet üzerinden gerçekleştirip gerçekleştiremediklerini incelemiştir. Araştırmanın sonucunda ise yalnız bireylerin sosyalleşme davranışlarını internet aracılığıyla sanal arkadaşlar edinerek gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler duygusal destek için interneti bir araç olarak görmüşlerdir.

DiNicola (2004) tarafından patolojik internet kullanımının yaygınlığı üzerine bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada, yaşları 18-24 arasında değişen 731 üniversite öğrencisi üzerinden bir değerlendirmeye gidilmiştir ve dört veya daha fazla belirti gösteren öğrenciler patolojik internet kullanıcıları olarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre patolojik internet kullanımına daha eğilimli oldukları gözlenmiştir.

Young (2007) internet bağımlılığında Bilişsel Davranış Terapisinin etkinliği üzerine bir inceleme yapmıştır. Araştırmada internet bağımlılığı problemi yaşayan 114 katılımcı ile çalışılmıştır. Katılımcıların zaman yönetimi, gelişmiş sosyal ilişkiler gelişmiş cinsel işleyiş, danışan motivasyonu ve sorunlu uygulamalardan kaçınma yetenekleri değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda birçok katılımcının sekiz seans sonunda var şikâyetleriyle başa çıkabildiği gözlenmiştir.

Gökçearslan ve Günbatar (2012) 2010-2011 eğitim öğretim yılında Bursa ilinde yer alan lise öğrencilerinin cinsiyet, anne ve baba öğrenim durumu, kişisel bilgisayar sahipliği ve sosyal ağları kullanım sürelerinin internet bağımlılığı ile ilişkili olup olmadığı tarama modeliyle incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre çalışma grubunda yer alan öğrencilerin % 2.33'ü internet bağımlısı, % 17.45'i eşik ve risk grubunda internet bağımlısı olarak tespit edilmiştir.

Solmaz vd., (2013) Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, sosyal paylaşım ağları ve sosyal ağlarının kullanım nedenlerini araştırmışlardır. Yapılan araştırma sonucunda, katılımcıların sosyal medyayı kullanım düzeyleri %97.6 olarak belirlenmiştir.

Balkaya Çetin ve Ceyhan (2014) ergenlerin internet üzerinde kimlik arayışı denemelerini betimlemeyi ve ergenlerin psikolojik ihtiyaçlarının, kimlik statülerinin, heyecan arama ve yaşam doyumu düzeylerinin ergenlerin problemleri internet kullanım düzeylerini etkileyip etkilemediği üzerine bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmanın sonucuna göre ergenlerin büyük bir kısmının internette başka birisiymiş gibi davranarak kimlik denemesi yaptıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca ergenler çoğunlukla “insanları daha kolay tanımak için” ve “daha kolay konuşmak için” internette kimlik denemeleri yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Kamiloğlu ve Yurttaş (2014) İstanbul genelinde 1498 lise öğrencisi üzerinde yaptıkları bir alan araştırması ile öğrencilerin sosyal medya ortamı olan Facebook'tan bilgi edinme durumlarının, ilgi duydukları bilgilerin içeriğinin, bu bilgiye ulaşma süreçlerinin ve kişisel gelişimlerine yansıtma biçimlerinin tespiti amaçlamışlardır.

Tanrıverdi ve Sağır (2014) İstanbul'da bulunan 1167 lise öğrencisinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışma sonucunda lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısı üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu belirlenmiştir.

Karaaziz ve Keskindağ (2015) akıllı telefon bağımlılığı yaşayan bireylerin kişisel özellikleri, psikolojik risk faktörleri, cep telefonu ve internet kullanım yaygınlığını incelemişler ve çalışma sonucunda dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin, içe dönük kişilik özelliğine sahip bireylere oranla daha fazla akıllı telefon bağımlılığı riski altında olduklarını bildirmişlerdir.

Erden ve Hatun (2015) bilişsel-davranışçı yaklaşım temelli psikolojik danışma uygulaması aracılığıyla internet bağımlılığıyla başa çıkma becerileri geliştirmek ve söz konusu yaklaşımın etkililiğini sınavabilmek için 14 yaşında, internet bağımlısı bir kız ergenle yedi oturum gerçekleştirilmişlerdir. Bu çalışma sonucunda, danışanın bağımlılık düzeyinde düşüş olduğu, sağlıklı internet kullanım davranışı kazandığı, ayrıca çalışma sonucunda danışanın okul başarısında, aile ve arkadaş ilişkilerinde olumlu yönde ilerlemeler kaydettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ümmet ve Ekşi (2016) Türkiye'deki genç yetişkinlerde gerçek ve sanal ortamdaki yalnızlık arasındaki ilişkileri ve gerçek yaşam yalnızlığı ile sanal yalnızlığın internet bağımlılığı üzerindeki yordayıcı etkisi üzerine eğitimlerine devam eden 237 öğrenciyle bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre gerçek yaşamdaki ve sanal ortamdaki yalnızlığın genç yetişkinlerin internet bağımlılığını yüksek oranda yordadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Kayrı ve Günüş (2016) yüksek ve düşük sosyo-ekonomik koşullara sahip öğrencilerin internet bağımlılığı açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesi üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucunda yüksek ve düşük sosyoekonomik düzeylere sahip öğrencilerin bağımlılık oranlarında (Yüksek: %26.7; Düşük: %9.1) önemli bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifade ile sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan ailelerin çocuklarının internet bağımlısı olma ihtimallerinin daha fazla olduğu söylenebilmektedir.

Demir (2016) 2013-2014 eğitim öğretim yılında Çanakkale ilinde öğrenim gören 714 lise öğrencisinin sosyal medyayı kullanım düzeylerine göre aile içi iletişimlerinin farklılaşma durumunu araştırmıştır. Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanım süresine ve kullanım sıklığına göre aile içi iletişim puanları arasında anlamlı farklılık görüldüğü saptanmıştır.

Doğan ve Tosun (2016) Muğla ilindeki çeşitli Anadolu liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal kaygı düzeyleri ve sosyal ağ siteleri kullanımları ile problemlili akıllı telefon kullanımları arasındaki ilişkiler araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri ve problemlili akıllı telefon kullanımında cinsiyetler arasında farklılığa rastlanırken, sosyal kaygı düzeyleri ile sosyal ağ siteleri kullanımı ve problemlili akıllı telefon kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri arttıkça sosyal ağ kullanımının arttığı, aynı şekilde sosyal kaygı düzeyleri arttıkça problemlili akıllı telefon kullanım düzeylerinin de arttığı ortaya çıkmıştır.

Fidan (2016) cep telefonlarının aşırı kullanılmasından yola çıkarak davranışsal bağımlılık çerçevesinde oluşturulan teknolojik bağımlılıkları araştırmak amacıyla mobil bağımlılık

ölçeği kullanarak 284 katılımcı ile anket çalışması yapmıştır. Çalışma sonucuna göre mobil bağımlılığın uzaklaşım, tekrarlama, tolerans ve belirginlik ile ilgili olduğuna ve mobil internet eğiliminin, mobil bağımlılığı etkileyen başlıca faktörler arasında yer aldığı sonucuna ulaşmıştır.

Eroğlu ve Yıldırım (2017) Mustafa Kemal Üniversitesinde öğrenim görmekte olan, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliğinden 169, Dış Hekimliği Fakültesinden ise 99 olmak üzere toplamda 268 öğrencinin sosyal medya ağlarını kullanım amacı ve bağımlılığının uyku kalitesi ile ilişkisini araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencilerinin Dış Hekimliği Fakültesi öğrencilerine göre sosyal medya ağları bağımlılıklarının daha yüksek düzeyde olduğu, uyku kalitelerinin ise daha kötü düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karaca (2017) üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı düzeyleri ile akıllı telefon kullanma alışkanlıkları arasındaki ilişkilerin incelenmesi üzerine İstanbul'da bulunan bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 298 Eğitim Fakültesi öğrencisine bir anket uygulamıştır. Çalışma sonucuna göre internet bağımlılığı skorları, cinsiyet ve gün içerisindeki akıllı telefon kullanım süreleri arasında anlamlı bir bağ olduğu ortaya çıkmıştır.

Kılınç ve Gündüz (2017) lise öğrencilerinin sahip oldukları insani değerler ile internet bağımlılığı ve siber zorbalığa duyarlılık arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla farklı illerde öğrenim gören 774 lise öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda internet bağımlılık oranı yüksek olanların insani değer puanlarının düşük olduğu sonucuna varılmıştır fakat internet bağımlılığı ve siber zorbalık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kız öğrencilerin siber zorbalığa karşı duyarlılıkları erkeklerden yüksek bulunurken ailesiyle birlikte kalan öğrencinin yurttan kalanlara nazaran insani değerlerin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Müezzın (2017) lise öğrencilerinde internet bağımlılığını yoksunluk, kontrol güçlüğü, işlevsellikte bozulma ve sosyal izolasyon bağlamında incelenmek üzere KKTC'de eğitim gören 511 öğrenci üzerine bir anket çalışması yapmıştır. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin büyük bir bölümünün risk ve eşik grubunda olduğu sonucuna varılmıştır ve kullanım süresiyle yoksunluk, kontrol güçlüğü, işlevsellikte bozukluk, sosyal izolasyon ve toplam internet bağımlılığı puanları arasında anlamlı bir şekilde farklılık olduğu bulunmuştur.

Şahan ve Eraslan Çapan (2017) ergenlerin kişilerarası ilişkilerle ilgili bilişsel çarpıtmaları ve sosyal kaygı düzeyleri ile problemleri internet kullanımları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere Eskişehir'de farklı liselerde öğrenim gören 312 öğrenci üzerine bir anket çalışması yapmışlardır. Bu çalışma sonucuna göre ergenlerin problemleri internet kullanımları ve kişilerarası ilişkilerle ilgili bilişsel çarpıtmaları cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta ve erkeklerin kızlardan daha baskın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Günay ve arkadaşları (2018) Erciyes Üniversitesi öğrencilerinin internet bağımlılığı ve depresyon düzeylerini incelemek üzere Tıp, Mühendislik ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde öğrenim gören 1288 öğrenci üzerinde bir çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucuna göre internet bağımlılığı puanları ve depresyon puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Kim vd., (2018) 2013 yılındaki Kore Ulusal Bilgi Ajansı'nın online anket sonuçlarını kullanarak Güney Kore'deki aile ortamı, öz kontrol, arkadaşlık ve ergenlerin akıllı telefon

bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Aile içi şiddete maruz kalan, irade sorunu olan ve arkadaşlık sorunu yaşayan ergenlerin akıllı telefon bağımlılığına yatkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Machado vd., (2018) ergenlik dönemindeki kişilerde internet kullanımı ve bağımlılığında risk teşkil eden davranışları incelemek üzere bir çalışma yapmışlardır. Özel ve devlet okullarında eğitim görmekte olan 12-16 yaş aralığındaki 91 ergene anket uygulanmıştır. Anket sonucunda ergenlerde bulunan internet bağımlılığı ve davranış sorunları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

Sami vd., (2018) ergenlerdeki uyku bozukluğu ve internet bağımlılığının intihar düşüncesi üzerindeki etkilerini araştırmak için 12-18 yaş aralığında çeşitli ortaokul ve liselerden rastgele şekilde seçilen 631 öğrenciye anket çalışması uygulanmıştır. Çalışma sonucunda intihar düşüncesi olan ergenlerin uyku bozukluğu, internet bağımlılığı ve depresif belirtilere daha fazla sahip olduğu görülmüştür.

Taş (2018) ergenlerde internet bağımlılığı ve psikolojik belirtilerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi üzerine İstanbul'da çeşitli liselerde öğrenim görmekte olan 421 öğrenci üzerinde bir anket çalışması uygulamıştır. Araştırma sonucunda internet bağımlılığı ile psikolojik belirtiler arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Anne baba tutumu, cinsiyet, yaş, sınıf değişkeni ve internette kalma süresi arasında bir bağ olduğu sonucuna varılmıştır.

Aktan (2018) Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören farklı bölümlerdeki öğrencilerin sosyal kaygı durumlarını incelemiş ve araştırma sonucunda katılımcıların sosyal medyada paylaşılan içerik, gizlilik endişesi ve öz değerlendirme kaygılarının yüksek; buna karşın etkileşim kaygılarının ise düşük olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Araştırmada kadınların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla sosyal kaygı düzeyine sahip oldukları sonucuna da ulaşılmıştır.

Silkü-Bilgili (2018) Ege Üniversitesi'nde öğrenim gören 436 öğrencinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ne yönde olduğunu belirlemek için yaptığı araştırmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet ve sosyal medyada aktif kalınan süre arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Çakmak ve Müezzın (2018) sosyal medya kullanımının iletişim becerileriyle ilişkisini incelemek için KKTC'deki özel bir üniversiteye devam eden 174 üniversite öğrencisiyle bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin medya ile iletişim becerileri arasında ilişki olduğuna ve sosyal medya kullanımının bir bağımlılık riski oluşturabilecek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Işık ve Kaptangil (2018) Bitlis Eren Üniversitesinde öğrenim gören 343 öğrencinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ve sosyal medya kullanımlarının, Beş Faktör Kişilik özelliği ile ilişkisini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda öğrencilerin kişilik özellikleri ile akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal medya kullanımları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuş, aynı zamanda sosyal medya kullanımının akıllı telefon bağımlılığını artırdığı tespit edilmiştir.

Savcı ve Aysan (2018) kişilerarası yetkinlik, yalnızlık, olumsuz değerlendirilme korkusu, ödül ve cezanın sosyal medya bağımlılığını yordayıp yordamadığını ve sosyal medya kullanan ve kullanmayan ergenleri hangi doğruluk düzeyinde sınıflandırdığını iki aşamada incelemişlerdir. Araştırmanın birinci aşaması son bir yıl içerisinde en az bir sosyal medya

hesabı olan ve sosyal medya kullanan 282 ergen ile yürütülmüştür. İkinci aşaması birinci aşamadaki 282 ergene ek olarak sosyal medya kullanmayan 64'ü kız ve 80'i erkek 144 ergen üzerinden yürütülmüştür. Araştırmanın sonuçlarına göre kişilerarası yetkinlik, yalnızlık, olumsuz değerlendirilme korkusu, ödül ve cezanın sosyal medya bağımlılığını ve sosyal medya kullanıp kullanmamayı etkilediği görülmüştür.

Taşçı ve Ekiz (2018) sosyal medya platformlarını kapsayacak şekilde sosyal medya bağımlılığını ölçmeye yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı geliştirilerek 228 kişinin katılımıyla sosyal medya bağımlılığını araştırmışlardır. Araştırmada cinsiyete göre yapılan karşılaştırmalarda, kadınların erkeklerle göre sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğu ve sosyal medyadan daha çok duygusal destek aldığı, erkeklerin ise, sosyal medya ile çatışma halinde olduğu, diğer bir ifade ile olumsuz etkilendiği ortaya çıkmıştır.

Anlı (2018) internet bağımlılığı ile sosyal ve duygusal yalnızlık arasındaki ilişkiyi incelemek amacı ile 2015-2016 eğitim-öğretim yılında İstanbul'da bulunan Ümraniye Atakent Anadolu Lisesi'nde öğrenim gören 311 öğrenci ile bir araştırma yapmıştır. Yapılan araştırma sonucunda internet bağımlılığının; sosyal ilişkilerde yalnızlık, duygusal ilişkilerde yalnızlık ve aile ilişkilerinde yalnızlık ile pozitif yönlü olarak ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Ertemel ve Aydın (2018) teknoloji bağımlılığı ve çözüm önerileri üzerine bir çalışma yapmışlardır. Teknoloji bağımlılığıyla mücadelede çocukların, ailenin, kurumların, toplum ve politika belirleyicilerinin yapabilecekleri ilgili başlıklar altında gruplanarak çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

Aral ve Keskin (2018) 281 ebeveynden oluşan bir çalışma grubu ile ebeveyn bakış açısıyla 0-6 yaş dönemindeki çocukların teknolojik alet kullanımlarının incelenmişlerdir. Araştırmada ebeveyn görüşlerine göre 0-6 yaş arasındaki çocuklarının %44.8'i cep telefonu, %43.1'i tablet, %21'i bilgisayar kullanmakta ve %70.2'si televizyon izlemektedir. Bu sonuçlara ilave olarak bu yaş grubundaki çocuklar teknolojik aletleri genellikle çizgi film izlemek ve dijital oyun oynamak için kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı, internet ve sosyal medya bağımlılıklarının lise öğrencileri üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda temel olarak şu soruya cevap aranacaktır: Lise öğrencilerinin internet ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve kullanım oranları arasında manidar bir ilişki var mıdır ve internet ve sosyal medya bağımlılığının öğrenciler üzerindeki etkileri nelerdir?

### 3. YÖNTEM

Lise öğrencilerinin internet ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve kullanım oranları ile arasındaki ilişki ve etkilerini incelenmeyi amaçlayan bu çalışmada, nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında öğrencilere ait demografik bilgilere ulaşmak ve bağımlılık düzeylerini belirleyebilmek amacıyla anket yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmanın ikinci kısmında ise nicel aşamada belirlenmiş olan öğrencilerin ailelerine yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda ilk aşamada nicel verilerin, sonrasında ise nitel verilerin analiz edildiği yöntemlerden açıklayıcı sıralı desen tercih edilmiştir. Karma yöntem nicel ve nitel araştırma yöntemlerini bir arada kullanarak teknikleri, metotları, yaklaşımları ya da kuramları ele alan, bunları bir çalışma içerisinde karıştıran ya da birleştiren bir araştırma grubu olarak adlandırılmaktadır (Johnson ve Onwuegbuzie, 2004: 17). Karma yöntem ile nicel ve nitel yöntemlerden herhangi birinin

zayıf veya eksik olarak görülebilecek bir yönü, diğerinin güçlü yönü sayesinde kapatılabilmektedir. Nicel araştırma yöntemi ile internete ve sosyal medyaya yüksek düzeyde bağımlı öğrenciler tespit edilirken, nitel araştırma yöntemi ile de bağımlılığın öğrenciler üzerindeki etkilerinin incelenmesi hedeflenmiştir.

### 3.1. Çalışma Grubu ve Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında 2017-2018 eğitim öğretim yılında Antalya il merkezinde faaliyet gösteren bir Anadolu Lisesi'nde öğrenim gören 10, 11 ve 12. sınıf öğrencileri örnek kütle olarak seçilmiştir. Araştırmanın veri toplama araçlarını öğrencilere uygulamak üzere hazırlanan 5'li Likert-tipi maddelerden oluşan bir ölçek ve demografik soruları içeren bir anket formu ile nicel analiz sonrasında bağımlılık derecesinin yüksek olduğu düşünülen öğrencilerin ailelerine uygulamak üzere hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçek Young (1998) tarafından geliştirilen İnternet Bağımlılığı Tanı Kriterleri (İBTK) temel alınıp uzman görüşleri alınarak oluşturulmuştur. İBTK'nın 6. maddesi olan "İnternette çok fazla vakit geçirildiği için etrafındakilerle sorunlar yaşama, eğitim veya kariyer hayatıyla ilgili bir fırsatı tehlikeye atma ya da bu fırsatı elden kaçırma" maddesi öğrenciler için uygun olmadığı düşünüülerek çıkarılmış, kalan yedi madde uzman görüşleri alınarak geliştirilmiş ve ölçek 42 maddeden oluşmuştur.

### 3.2. Verilerin Analizi

Açıklayıcı sıralı desende, öncelikle nicel araştırma yürütülmekte ve sonuçlar analiz edilmektedir. Nicel araştırmanın ardından nitel araştırma devreye girmektedir. Bu desen açıklayıcı olarak ele alınmaktadır çünkü ilk başta elde edilmiş olan nicel veriler nitel verilerle açıklanmaktadır. Bu desenin ardışık/sıralı olarak ele alınmasının sebebi araştırmacının ilk önce nicel evreyi ardından ise nitel evreyi uygulamasıdır. Bu verilerin analizi de ayrı bir şekilde yapılmaktadır. Nicel sonuçlar yalnızca örnekleme prosedürünü bilgilendirmez, aynı zamanda ikinci aşamada katılımcılara sorulması gereken nitel soru türlerinin ne yönde yapılması gerektiğini de gösterir. Yorumlama aşamasında ise araştırmayı yapan kişi birinci aşamadaki nicel sonuçlardan sonra ikinci aşamada gerçekleştirmiş olduğu nitel sonuçları yorumlamaktadır (Creswell ve Plano Clark, 2015: 309-310).

#### 3.2.1. Nicel Veri Analizi

Bu çalışmada geliştirilen ölçeğin yapısal geçerliliğini tespit etmek amacıyla temel bileşenler (principal component) analizi ve varimaks eksen döndürmesi tekniği kullanılarak açımlayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. AFA sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem büyüklüğü yeterlilik değerinin 0.92 olması çalışma örnekleminin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermiştir. Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [ $\chi^2(496)=7184.721, p<0.001$ ] maddeler arasındaki korelasyonun faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymuştur. AFA neticesinde maddeler özdeğerleri en düşük 0.45 ile en yüksek 0.80 arasında çeşitlilik gösteren yedi faktörde toplanmıştır. Elde edilen bu faktörler toplam varyansın %58.43'ünü açıklamaktadır. Elde edilen faktörler ve faktörleri açıklayan maddelerin döndürülmüş yükleri Tablo 1'de verilmiştir.

Analiz sonucunda S4, S5, S6, S9, S12, S13, S20, S30, S34 ve S42 maddelerinin faktör yüklerinin birden fazla boyuta yayıldığı (farklı boyutlardaki en yüksek iki faktör yükünün arasındaki farkın 0.1'den küçük olması) ya da bu maddelerin teorik olarak belirlenen boyutlardan farklı bir boyutta konumlanmalarından dolayı söz konusu maddeler ölçekten

çıkarılmıştır. Bu maddelerin ölçekten çıkarılmasıyla birlikte 32 maddeye düşen ölçeğin genel güvenilirlik düzeyinin 0.93 olarak hesaplanması ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

**Tablo 1. Döndürülmüş Faktör Yükleri**

Maddeler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
S1: İnternette hiçbir bildirim almazsam arkadaşlarımın çevirim içi olup olmadığını kontrol ederim.	0.801						
S2: Boş zamanlarda arkadaşlarımın profil fotoğraflarında güncelleme olup olmadığını incelerim.	0.722						
S3: İlgi çekmek için internette ne gibi paylaşımlar yapmam gerektiğini düşünmekten kendimi alamam.	0.513						
S7: İnternetteki kullandığım sürenin bana yeterli gelmediğini düşünürüm.		0.687					
S8: İnternet kullanım süresini her gün biraz daha artırma ihtiyacı hissediyorum.		0.680					
S10: Okul çıkışı arkadaşlarım ile yazışmak için grup mesajlarına ayırdığım vakit yetersiz kalıyor.		0.744					
S11: Arkadaşlarımla soysa ağlarda sohbet etmek için ayırdığım vakit yetersiz kalıyor.		0.768					
S14: Kullanmayı bırakmak istediğim bir sosyal medya hesabımı 24 saatten fazla kapalı tutamıyorum.			0.546				
S15: İnternet kullanımını azaltmaya yönelik çalışmalarda başarısız oluyorum.			0.678				
S16: İnternet kullanımını azaltmak için kullandığım internet paketleri bittiğinde ya da süresi dolduğunda dayanamayıp yeni paket alımı yapıyorum.			0.501				
S17: Ders aralarında internete girmeden duramıyorum.			0.447				
S18: İnternet kullanımımı tamamen bırakabileceğimi sanmıyorum.			0.590				
S19: İnternet kullanmadığım zamanlarda kendimi mutsuz hissediyorum.				0.545			
S21: İnternet bağlantım kesildiği zaman kendimi eksik hissediyorum.				0.617			
S22: İnternetsiz kaldığım zamanlarda agresif bir hale bürünüyorum.				0.779			
S23: İnterneti uzun zaman kullanmadığım durumlarda kendimi daha sınırlı ve bir boşlukta hissedirim.				0.785			
S24: İnternet kullanımını yarıda kesmem gereken durumlarda kendimi sınırlı buluyorum, ancak internete geri döndüğümde kendimi rahatlamış hissedirim.				0.624			
S25: Günlük belirlediğim internet kullanımının üzerinde internet kullanırım.					0.520		
S26: İnternette halletmem gereken işleri yaptıktan sonra internet kullanımını durduramam.					0.527		
S27: İnternette geçireceğim süreyi kısıtlayıcı koşulların çıkmaması için çabalarım.					0.592		
S28: Başkaları tarafından internette geçireceğim süreye sınır koyulmasından hoşlanmam ve internette kalmak için gerekçeler yaratırım.					0.584		
S29: İnternette kalma süresiyle ilgili bir planlama					0.641		

yapmaktan kaçınıyorum.								
<b>S31:</b> Ders çalışmam gerektiği zamanlarda ailemden herhangi biri internete girip girmediğimi sorduğunda girmediğimi söylediğim günler oldu.							0.754	
<b>S32:</b> Ailemden biri internete ne kadar vakit geçirdiğimi sorduğu zaman geçirdiğim vakitten daha az söylemeyi tercih ederim.							0.764	
<b>S33:</b> Öğretmenlerimiz internete geçirdiğimiz süreyle ilgili bir soru sordukları zaman daha az vakit geçirdiğimi söylediğim zamanlar oldu.							0.674	
<b>S35:</b> Bazen internet kullanımına ayırmış olduğum zamanı gizlemeye çalışırım.							0.668	
<b>S36:</b> Odamda internet kullanırken aile fertlerinden biri odaya girdiği zaman başka bir şeyle ilgileniyormuş gibi davrandığım zamanlar oldu.							0.694	
<b>S37:</b> Moralim bozukken internete sığınırım.								0.742
<b>S38:</b> Arkadaşlarımla herhangi bir problem yaşadığım zaman internete vakit geçirmeyi tercih ederim.								0.773
<b>S39:</b> Mutsuzken internetteki komedi sayfalarına girip mutlu olurum.								0.730
<b>S40:</b> İnternette vakit geçirmeyi sorunlarımdan bir kaçış yolu olarak görürüm.								0.735
<b>S41:</b> Hüzünlü olduğumu hissettiğim zaman ilk işim internete girmek olur.								0.775

F1 boyutunu oluşturan maddeler (S1, S2, S3) Young'ın internet bağımlılığı ölçütlerinden biri olan internet ile ilgili aşırı miktarda zihinsel uğraş ile eşleştirilmiştir. İnternette alakalı aşırı miktarda zihinsel uğraş (sürekli olarak interneti düşünme, internette gerçekleştirilen oyunların ve aktivitelerin hayalini kurma, internette yapılması planlanan bir sonraki etkinliği düşünme vb. gibi durumlar) ilgili olduğu için birinci boyut zihinsel uğraş olarak adlandırılmıştır. Zihinsel uğraş boyutunun güvenilirlik düzeyi 0.63 olarak hesaplanmıştır.

F2 boyutunu (S7, S8, S10, S11) maddeleri oluşturmaktadır. Bu maddeler Young'ın İnternet Bağımlılığı ölçütlerinden biri olan arzu edilen keyfi alabilmek amacıyla giderek artan oranda interneti kullanma ihtiyacı hissetmeden yola çıkılarak, daha fazla oranda interneti kullanma ihtiyacı duymayı ölçmeyi amaçlayan sorulardan oluştuğu için bu boyuta artan ihtiyaç adı verilmiştir. Artan ihtiyaç boyutunun güvenilirlik düzeyi 0.77 olarak bulunmuştur.

F3 boyutu internet kullanımını kontrol etmeye, azaltmaya ya da tamamen bırakmaya yönelik girişimlerin sonucunu ölçmeyi amaçlayan sorulardan oluşmaktadır ve bu boyuta kontrol girişimi adı verilmiştir. (S14, S15, S16, S17, S18) maddelerinden oluşan kontrol girişimi boyutunun güvenilirlik düzeyi 0.70'tir.

F4 boyutu internet kullanımının azaltılması ya da tamamen kesilmesi durumunda geçmek bilmeyen huzursuzluk, çökkünlük ya da kızgınlığın ölçülmesini amaçlayan (S19, S21, S22, S23, S24) maddelerinden oluşmaktadır. Duygusal değişim olarak adlandırılan bu boyutun güvenilirlik düzeyi 0.83'tür.

F5 boyutu başlangıçta planlanan süreden daha uzun süre internette kalmayı ölçmeyi amaçlayan sorulardan oluşmaktadır ve kullanımı bırakamama olarak adlandırılmıştır. Bu



boyutun altında toplanan maddeleri (S25, S26, S27, S28, S29) oluşturmaktadır. Kullanımı bırakamama boyutunun güvenilirlik düzeyi 0.76 olarak bulunmuştur.

F6 boyutunu (S31, S32, S33, S35, S36) maddeleri oluşturmaktadır. Bu boyut, başkalarına karşı (aile, arkadaşlar, terapist, vb. kişilere) internette kalma süresi ile ilgili yalanlar söyleme ve internette geçirilen süreyi gizlemeyi ölçmeyi amaçlayan sorulardan oluştuğu için kullanımı gizleme olarak adlandırılmıştır ve boyutun güvenilirlik düzeyi 0.81 olarak hesaplanmıştır.

Son boyut olan F7 boyutu (S37, S38, S39, S40, S41) maddelerinden oluşmaktadır. Sorulardan kaçış olarak adlandırılan bu boyut interneti problemlerden kaçmak veya olumsuz duygulardan (örneğin; çaresizlik, suçluluk, çökkünlük, kaygı ve endişe gibi duygulardan) uzaklaşmak için kullanmayı ölçen sorulardan oluşmaktadır. Bu boyutun güvenilirlik düzeyi 0.85'tir.

### 3.2.2. Nitel Veri Analizi

Nicel analizler, genellikle salt ölçülebilir bir bilgi çerçevesinde ele alındığından hem derinlik hem de ayrıntılı bir şekilde yorum yapabilmek açısından eksik kalmaktadır. Bu yüzden yapılmış olan nicel araştırmaların nitel araştırmalar ile desteklenmesi araştırmaya derinlik kazandırabilmektedir (İslamoğlu ve Alınçık, 2014: 221). Bu bölümde araştırma kapsamında gerçekleştirilen nitel analizler ve ilgili değerlendirmeler yer almaktadır. Nitel görüşme için öğrencileri etkileyecek unsurlar çerçevesinde yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Form hazırlandıktan sonra okuldaki rehberlik öğretmenleri ile birlikte aileler görüşme için okula davet edilmiştir. 2017-2018 eğitim öğretim yılı güz yarıyılı içerisinde görüşmeler tamamlanmıştır. Görüşmeler görüşülen kişilerin rızası alınarak ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler öğrencilerin birinci dereceden bir yakını ile gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine mülakatın ailelere yapılmasının nedeni öğretmenlerin ya da rehberlik öğretmenlerinin öğrenciler hakkında kısıtlı bilgilere sahip olmasıdır. Ayrıca, öğrencilerin akademik performans ve davranışlarının yalnızca okuldaki sınav notlarına göre değerlendirilmesinin yetersiz kalacağı ve bu bilgilerin öğrencilerin izinin dışında kullanılmasının mahremiyet ihlali olarak etik dışı bir durum teşkil edebileceği düşünülerek birinci derecede yakınlıktaki akrabalar dışındaki kaynaklardan veri toplanmaması uygun bulunmuştur. Yapılmış olan nicel analizler sonrasında bağımlılık seviyeleri en yüksek olan 15 öğrenci tespit edilerek bu öğrencilerin bir yakını ile yarı yapılandırılmış form aracılığıyla görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan öğrencilere ait ailevi bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Görüşmeler ses kayıt cihazı yardımı ile kayıt altına alınmış sonrasında ise yazılı doküman şekline dönüştürülmüştür. Elde edilen dokümanlar kategorik içerik perspektifi yardımıyla ve Nvivo 12 Plus programı vasıtasıyla analiz edilmiştir. Kategorik içerik perspektifinin amacı öğrencileri etkileyen kavramlara ulaşmak ve bu kavramlarla ilişkili ana başlıklar altında kategoriler elde etmeye çalışmaktır. Verilerin analiz süreci içerisinde öncelikle serbest kodlar (free nodes) oluşturulmuş, sonrasında ise serbest kodlar altında ağaç kodları (tree nodes) oluşturulmuştur ve Nvivo 12 Plus programı vasıtasıyla kategorilere ilişkin kavram haritaları oluşturulmuştur.

Tablo 2. Öğrencilerin Ailevi Bilgileri

Öğrenci	Yaş	Cinsiyet	Kardeş Sayısı	Yaşadığı Yer	Anne Mesleği	Baba Mesleği
1	17	Kız	2	Şehir merkezi	Ev hanımı	Tekniker
2	17	Erkek	3	Şehir merkezi	Ev hanımı	Serbest Meslek
3	16	Erkek	2	Şehir merkezi	Öğretmen	Öğretim Üyesi
4	16	Kız	3	Şehir merkezi	Öğretmen	Şube Müdürü
5	16	Erkek	3	İlçe merkezi	Muhasebeci	Mobilyacı
6	16	Kız	2	Şehir merkezi	Öğretmen	İşsiz
7	17	Erkek	2	Şehir merkezi	Ev hanımı	Memur
8	17	Erkek	2	İlçe merkezi	Ev hanımı	Market Sahibi
9	15	Erkek	2	İlçe merkezi	Ev hanımı	PVC Ustası
10	15	Erkek	2	İlçe merkezi	Ev hanımı	Yönetici
11	16	Kız	2	Şehir merkezi	Ev hanımı	Öğretmen
12	16	Kız	2	Şehir merkezi	Öğretmen	Emekli
13	17	Kız	2	Şehir merkezi	Ev hanımı	Serbest Meslek
14	17	Erkek	2	Şehir merkezi	Ev hanımı	Emekli
15	17	Erkek	3	Şehir merkezi	Ev hanımı	Galerici

Okul yönetimi aracılığıyla ankette belirtilen numaralardan öğrenci isimlerine ve öğrencilerin ailelerine ait iletişim bilgilerine ulaşılmıştır. Görüşme öncesinde öğrenci yakınlarına görüşmenin nasıl yapılacağı hakkında bilgi verilmiştir. Bu görüşmede görüşmeciler ya da velisi oldukları öğrenciler hakkında herhangi bir isim belirtilmeyeceği, bunun yerine kendilerine bir görüşmeci kodu verileceği belirtilmiştir. Sonrasında görüşmecilere ses kaydından bahsedilmiştir ve izinleri dâhilinde görüşmeler ses kayıt cihazı vasıtasıyla kayıt altına alınmıştır. Görüşmeden elde edilen veriler analizin kolay ve sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için alt konu ve başlıklara bölünmüştür. Yazılı dokümanlar daha sonrasında tekrar incelenerek en çok geçen kelimeler, terimler ve cümleler tespit edilmiştir. Metinleştirilen ses kayıtlarının analizi kategorik içerik perspektifi vasıtasıyla yapılmıştır ve analiz sonucunda “Zihinsel Uğraş, Kullanım Kısıtı, Sosyal Medya Hesabı, Kullanım Nedeni, İletişim/Sohbet, Davranış, Performans, Sağlık, Yalan, Telefon, Kaygı, Eğitim Portalı” olmak üzere 12 kategori ortaya çıkarılmıştır. İnternet ve sosyal medya ile çerçevesinde oluşturulan bu kategorilere ilişkin kavram haritası Şekil 1’de verilmektedir.

### 3.2.2.1. Öğrencilerin İnternet ile İlgili Zihinsel Uğraş

Zihinsel uğraş bölümünde öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanımına zihinlerini ne derece yorduklarına ilişkin görüşler yer almaktadır. İki görüşmeci velisi oldukları öğrencilerin internet kullanımlarına sınırlama getirdiklerini ve böylece bu öğrencilerin internete zihinlerini yormalarına fırsat vermediklerini dile getirmişlerdir. 13 görüşmeci ise velisi oldukları öğrencilerin internete zihinlerini yordüğünü ve bu durumun bağımlılık seviyesine ulaşmasından korktuklarını ifade etmişlerdir. Bu ailelere göre internet, öğrenciyi hem fiziksel hem de ruhsal olarak yoran ve meşgul eden bir uğraş olarak görülmektedir. Öğrenciler ders çalışmak ya da başka bir aktivite ile ilgilenmek yerine telefonu tercih edip sürekli telefonlarını ya da bildirimlerini kontrol etmektedirler. Bu yüzden aileler çoğu zaman öğrencilerinin imkânları olsa yalnızca internet ile ilgilenceklerini düşünmektedirler. Bunun nedeni ise ailelerin çocuklarının uykularından ve yemeklerinden feragat edip telefon ya da internet kullanımına yöneldiklerine şahit olmalarıdır.



**Şekil 1. Kategorilere ilişkin kavram haritası**

Kategorik içerik perspektifi analizinde elde edilen zihinsel uğraş ifadesi Nvivo 12 Plus programında analiz edilmiş ve zihinsel uğraş ana dalının altında 13 alt dal elde edilmiştir. Bunlar, zihinsel yorgunluk, sürekli interneti düşünme, istemsizce telefonu açıp kapatmak, sürekli bildirimleri ya da telefonu kontrol etmek, internetsiz bir yere gitmek istememek, internete erişemeyeceği için planlarını ertelemek, agresif, huzursuz ve yoksun hissetmek, uykusuz kalmak, telefonu elinden bırakmamak, bağımlılık, yokluğunu aramamak, eskiden kitap okurdu gibi alt başlıkların olduğu tespit edilmiştir.

### 3.2.2.2. Aileler Tarafından Uygulanan Kullanım Kısıtı

Bu bölümde öğrencilerin internet kullanım sürelerine ailelerin müdahale edip etmemeleri hakkındaki görüşler yer almaktadır. 9 görüşmeci yakını oldukları öğrencilerin internette geçirdikleri süreden rahatsızlık duymaları sebebiyle söz konusu öğrencilerin internet kullanımında bir kısıtlamaya gitmeye karar vermişlerdir. Görüşmeciler, öğrencilerin derslerini aksattığını, fiziksel ve ruhsal olarak da bu durumun öğrencileri olumsuz yönde etkilediğini düşünmelerinden dolayı internet kullanımına belirli bir kısıtlama getirmişlerdir. 6 görüşmeci ise kısıtlama koymamanın öğrenciler üzerinde olumsuz bir sonuca yol açabileceği ya da koyacakları kısıtlamalara çocuklarının itaat etmeyeceği düşüncesiyle herhangi bir sınırlama koymamışlardır.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra kullanım kısıtı Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Kullanım kısıtı ana dalının altında 8 alt dal elde edilmiştir. Bunlar, internet

kullanımı sınırlı, internet kullanımı sınırsız, itaatkâr, gizlice internet kullanımı, aşırı tepki verme, müdahale, bağımlılık, kontrolsüz internet kullanımı şeklinde tespit edilmiştir.

### 3.2.2.3. Öğrencilerin Kullanmış Oldukları Sosyal Medya Hesapları

Öğrencilerin kullanmış oldukları sosyal medya hesapları hakkında ailelerin dile getirmiş olduğu ifadeler sonucunda 13 öğrencinin sosyal medya hesaplarının olduğu ve bu hesapları aktif bir şekilde kullanmaya devam ettikleri tespit edilmiştir. Geriye kalan 2 öğrencinin sosyal hesabı bulunmasına rağmen öğrenciler bu hesaplarını geçici bir süreliği dondurmuşlardır ve hesapları şu an aktif konumda değildir. Öğrencilerin anket sonucunda ifade etmiş oldukları sosyal medya hesapları ile ailelerin ifadeleri arasında bazı tutarsızlıklar bulunmaktadır. Bu durum da ailelerin velisi oldukları öğrencilerin sosyal medya hesapları hakkında yetersiz bilgiye sahip olduklarını göstermektedir.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin kullanmış oldukları sosyal medya hesaplarına ait dokümanlar Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Sosyal medya hesabı ana dalının altında 9 alt dal elde edilmiştir. Bunlar Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, sosyal medya hesaplarını dondurdu, uygulamaları telefonda sildi, sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmıyor, sosyal medya hesapları hakkında bir bilgim yok, diğer (Whatsapp) olarak gösterilmiştir.

### 3.2.2.4. Öğrencilerin İnternet Kullanım Nedenleri

Görüşme yapılan aileler velisi oldukları öğrencilerin interneti bir kaçış olarak gördüğünü ve karşılaştıkları sorunlarla yüzleşmeyip, yalnız kalmayı tercih ettiklerini, bu süreç içerisinde öğrencinin içine kapandığını ve o sırada internet kullanımını tercih ettiğini dile getirmişlerdir. Bir aile ise velisi oldukları öğrencinin müzik dinlemeyi bir alışkanlık haline getirdiğini belirtmiştir. Genel olarak aileler velisi oldukları öğrencilerin içinde buldukları ruh hallerini ifade edemediklerini ve bu durumda öğrencilerin internet ve sosyal medya ortamlarında vakit geçirmeyi tercih ettikleri dile getirmişlerdir. Bunun için de öğrenciler sosyal medya siteleri, eğlence siteleri, dizi, film ya da müzik kanalları, spor kanalları, ders çalışmak için eğitim portalları, oyun siteleri vb. gibi platformlarda zaman geçirmektedirler.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin internet kullanım nedenleri Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. İnternet kullanım nedeni ana dalının altında 10 alt dal elde edilmiştir. Bunlar ise sorunlardan kaçış, eğlence, sosyal medya, film-dizi-müzik, spor, eğitim, oyun, bağımlılık, araştırma, iletişim şeklinde belirtilmiştir.

### 3.2.2.5. Öğrencilerin Etrafındaki Kişilerle İletişim ve Sohbet Durumları

Bu bölümde öğrencilerin günlük yaşamlarında etrafındaki kişilerle iletişimlerini hakkında ailelerin vermiş olduğu bilgilere yer verilmiştir. İletişim ve sohbet üzerine 7 aile görüşmeci velisi oldukları öğrencilerin herhangi bir iletişim problemi yaşamadığını, gerek ailesiyle gerekse arkadaşlarıyla rahatlıkla sohbet edip paylaşımlarda bulunabildiğini dile getirmiştir. Ayrıca görüşmeciler velisi oldukları öğrencilerin içe kapanık bireyler olmaktan ziyade daha sosyal olduğunu, sadece sosyal medya üzerinden değil genelde de sorunsuz bir iletişim kurabildiklerini belirtmişlerdir. 8 görüşmeci ise diğer gruptaki öğrencilerin aksine velisi oldukları öğrencilerin içine kapanık olduklarını ve iletişim kurmaktan kaçındıklarını dile getirmişlerdir. Bu öğrencilerin genellikle sanal âlem üzerine kurulu bir dünyası bulunmaktadır ve etrafındaki kişilerle de iletişimi sınırlı bir haldedir. Bu öğrenciler iletişimi de çoğunlukla internet üzerinden gerçekleştirmeyi tercih etmektedir. Bazı görüşmecileri ise

velisi oldukları öğrencilerin herhangi bir iletişim sorunu yaşamasa bile tercihlerinin internette vakit geçirmek olduğunu düşünmektedir. Bazıları da ergenlikten kaynaklanan bir değişiklik olduğunu düşünmektedir. Bazı görüşmeciler ise velisi oldukları öğrencilerin sanal âlem üzerinde konuşmasına izin vermemekte ya da bu konular hakkında konuştukları zaman onlarla ilgilenmemektedir.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin etrafındaki kişilerle iletişim ve sohbet durumları Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. İletişim/Sohbet ana dalının altında 10 alt dal elde edilmiştir. Bunlar içe kapanık, sosyal, asosyal, sadece internette sosyal, yalnızlığı tercih eder, interneti tercih eder, mutsuzken internete sığınır, sohbetleri sanal âlem üzerinedir, sohbetleri gerçek hayat üzerinedir, hocalardan şikâyet olarak ifade edilmiştir.

### **3.2.2.6. Öğrencilerin İnternet Kullanımını Bıraktığı Zaman Davranış Durumları**

Öğrencilerin internet kullanımını bıraktığı zaman davranış durumları bölümünde öğrencilerin günlük yaşamlarının çevresindeki bireylere davranış durumları ve internet kullanımı öncesi ve sonrasındaki ruh halleri hakkında görüşmecilerin vermiş olduğu bilgiler yer almaktadır. Görüşmecilerden 7 tanesi velisi oldukları öğrencilerde herhangi bir saldırgan ya da aşırı huzursuz bir durum olmadığını belirtmiştir. Bu görüşmecilerden biri velisi olduğu öğrencinin çok büyük olmasa da ufak çaplı tepkiler verdiğini dile getirmiştir. Görüşmecilerden 6 tanesi ise öğrencilerin huzursuz ve asabi bir ruh hali bulunduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca bu görüşmecilerden 4 tanesi öğrencilerin internetin yokluğunu aramayacaklarını fakat internet bir tercih olarak sunulsa bu fırsatı da değerlendireceklerini ifade etmişlerdir. Bazı öğrenciler internetsiz ortamlara gitmek istememekte hatta internet olmadığı için aile ile yapılmış olan planlarını değiştirmektedirler. Kısaca görüşmecilerin çoğu internetin, velisi oldukları öğrencilerin yaşamlarının her alanında olduğunu ve internete erişemedikleri zaman da davranış ve tepkilerinin bariz bir şekilde değiştiğini dile getirmişlerdir.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin internet kullanımını bıraktığı zaman davranış durumları Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Davranış ana dalının altında 17 alt dal elde edilmiştir. Bunlar bağımlılık, uyku hali, agresiflik, yalnızlık, yoksunluk, ergenlik, hassasiyet, sakin-uyumlu olmak, mutsuz huzursuz hissetmek, internetsiz kalamamak, kısıtlamaya tepki vermek, evden çıkmak istememek, planları ertelemek, geçimsizlik, odaya kapanmak, huzursuz hissetmiyor, kendine karışılmasını istemiyor olarak ifade edilmiştir.

### **3.2.2.7. Öğrencilerin İnternet Kullanımının Okul Performansına Etkileri**

Bu bölümde öğrencilerin internet kullanımlarının okul performansları üzerindeki etkileri hakkında ailelerin vermiş olduğu bilgiler aktarılmaktadır. Ailelerden 11 tanesi internet kullanımının öğrencilerin okul performansını ve derslerini etkilediği düşünürken, 4 tanesi de internet kullanımının herhangi bir performans düşüklüğüne sebebiyet vermediğine inanmaktadır. Aileler velisi oldukları öğrencilerin interneti eğitim amacıyla kullandıkları zaman okul notlarının artacağı düşünmektedir. Fakat çoğu öğrencide eğitim portallarının kullanım alışkanlığı henüz istenilen seviyede değildir. Bazı aileler öğrencilerin interneti kendini geliştirmek için değil de sadece vakit harcamak ve eğlenmek için kullandıklarını belirtirken bazıları da internet vasıtasıyla eğitim portalları üzerinden ders çalışmanın velisi oldukları öğrencinin performanslarına katkı sağladıklarını belirtmişlerdir.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin internet kullanımının okul performansına etkileri Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Performans ana dalının altında 12 alt dal elde edilmiştir. Bunlar internet okul performansını olumsuz yönde etkiliyor, internet okul performansını olumlu yönde etkiliyor, internette kaynaklanan uykusuzluk, internette kaynaklanan düşük not, yüksek not almak, düzenli çalışma, düzensiz çalışma, nötr, ödevlerini aksatmak, bağımlılık, eğitim portalları olarak sınıflandırılmıştır.

### 3.2.2.8. Öğrencilerin Sağlık Durumları

Öğrencilerin sağlık durumları bölümünde öğrencilere ait herhangi bir sağlık problemi olup olmadığı konusunda ailelerden 7 tanesi velisi oldukları öğrencilerin sağlık sorunu bulunduğunu dile getirirken, kalan 8 aile ise öğrencilerin herhangi bir sağlık sorunu olmadığını belirtmişlerdir. Bu öğrencilerden 11 tanesinin yeme içme alışkanlığında herhangi bir sorun yokken, 4 tanesinin yeme içme alışkanlığı ise sorundur. Bu yüzden de bu öğrenciler kilo problemi yaşamaktadır. Bazı aileler velisi oldukları öğrencilerin internet başında fazla vakit geçirdiği ve hareketsiz kaldığı için de kilo problemi yaşadığını düşünmektedirler. Kilo problemi öğrencilerin uzun süre bilgisayar önünde kalması ve yeme içme alışkanlıklarının değişmesinden kaynaklanmaktadır. Sürekli bilgisayar ve cep telefonu ile ilgilenen öğrencilerde fiziksel aktivite azlığı ve obezitede artış ilişkisi bulunmaktadır. Ayrıca öğrenciler sınav dönemlerinde ders ve stresten kaynaklanan bir yorgunluk yaşamaktadırlar. Bazı öğrenciler herhangi bir sağlık problemleri olmamasına rağmen sınav dönemlerinde panik ve stresten kaynaklanan geçici sağlık sorunları yaşamaktadırlar. Aileler, bu durumların genellikle sınav dönemlerinde ortaya çıktığını dile getirmişlerdir.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin sağlık durumları Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Davranış ana dalının altında 17 alt dal elde edilmiştir. Bunlar ise sırasıyla şu şekilde ifade edilmiştir: herhangi bir sağlık problemi yok, sağlık problemi var, panik, sakin, sınav dönemi uykusuzluk ve sağlık sorunu, doğuştan gelen sağlık sorunu, yeme içme bozukluğu var, yeme içme bozukluğu yok, yorgun ve mutsuz, kilo fazlalığı sorunu, internette dolayı uykusuzluk.

### 3.2.2.9. Öğrencilerin Yalan Söyleme Durumları

Öğrencilerin yalan söyleme durumları bölümünde öğrencilerin günlük yaşantısında yalan alışkanlığının olup olmadığı sorulduğunda ailelerden 10 tanesi velisi oldukları öğrencilerin yalan söyleme alışkanlığı olmadığını belirtirken, 5 tanesi de öğrencilerinin ufak çaplı da olsa yalana başvurduklarını belirtmişlerdir. Aileler, öğrencilerin internette geçirdikleri süreyi kısaltıp kendince bahanelerin arkasına sığındıklarını dile getirmişlerdir ve bunu yalan olarak değil de gizleme ya da beyaz yalan olarak kabul ettiklerini ifade etmişlerdir. Bazı öğrenciler internete bağlı kalabilmek adına ailesine yalan söylemeye çalışmaktadır.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin yalan söyleme durumları Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Yalan ana dalının altında 6 alt dal elde edilmiştir. Bunlar ise sırasıyla yalan söylemez, yalan söyler, beyaz yalan, internette geçirdiği süreyi gizlemek, bahaneleri vardır, yuvarlak cevaplar şeklinde ifade edilmiştir.

### 3.2.2.10. Öğrencilerin Kullanmış Oldukları Telefona Ait Bilgiler

Öğrencilerin kullanmış oldukları telefona ait bilgiler bölümünde öğrencilerin kullanmış oldukları telefonun akıllı bir telefon mu yoksa normal tuşlu bir telefon mu olduğu

sorulduğunda ailelerden 2 tanesi velisi oldukları öğrencilerin akıllı telefon kullanmadığını belirtirken, geriye kalan 13 aile ise öğrencilerinin akıllı bir telefon kullandıklarını belirtmişlerdir. Akıllı telefon kullanmayan öğrencilere bakıldığında bir kişinin sınava hazırlık döneminde akıllı telefon kullanımına ara verdiği, diğerinin ise kendisine ait bir akıllı telefonun hiçbir zaman olmadığı ve ihtiyaç duyduğunda aile bireylerinden birisinin telefonunu kullandığı görülmektedir. Görüşme yapılan ailelerin çoğunluğu akıllı telefon kullanımından şikâyetçi olmaktadır. Çünkü öğrenci uyuması ya da ders çalışması gereken süre içerisinde internet kullanımını tercih etmektedir. Öğrenciler interneti olmayan herhangi bir yere gitmek ve akıllı olmayan telefonu kullanmak istememektedirler. Aileler de çocuklarının her istediğini yerine getirebilmek için velisi oldukları öğrencilere yeni çıkan modelleri almaktan kaçınmamaktadırlar. Bu yüzden bazı aileler teknolojiyen geri kalmamaları adına çocuklarına akıllı telefon almışlardır.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin kullanmış oldukları telefona ait bilgiler Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Telefon ana dalının altında 3 alt dal elde edilmiştir. Bu dallar akıllı telefon, internet bağlantısı olmayan tuşlu telefon ve ailesinin akıllı telefonunu kullanıyor şeklinde alt başlıklara ayrılmıştır.

### 3.2.2.11. Öğrencilerin Sınav Dönemi Yaşamış Oldukları Kaygı Durumları

Öğrencilerin sınav dönemi yaşamış oldukları kaygı durumları bölümünde öğrencilerin herhangi bir sağlık problemi olmamasına rağmen sınav dönemlerinde bir kaygı yaşayıp yaşamadığı konusunda ailelere sorular yöneltildiğinde ailelerden 6 tanesi velisi oldukları öğrencilerin sınav dönemlerinde herhangi bir kaygı yaşamadığını belirtirken, 9 tanesi de öğrencilerinin sınav dönemlerinde kaygı durumu yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Veliler öğrencilerinin bu dönem içerisinde kendilerini hasta, yorgun ve uykusuz hissettiklerini dile getirmişlerdir. Öğrencilerin günlük hayatlarında herhangi bir panik problemi yaşamamalarına rağmen sınav dönemleri sınav ve not endişesinden dolayı istemsiz kaygı ve karın ağrısı yaşadığı gözlenmektedir.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin sınav dönemi yaşamış oldukları kaygı durumları Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Kaygı ana dalının altında 7 alt dal elde edilmiştir. Bunlar ise sınav zamanı yaşanan kaygı, sakın bir öğrenci, panik bir öğrenci, sınav zamanları kendini hasta hissetme, dikkat dağınıklığı, kaygıdan kaynaklanan uykusuzluk, huzursuz ve agresif olarak belirlenmiştir.

### 3.2.2.12. Öğrencilerin Kullanmış Oldukları Eğitim Portallarına Ait Bilgiler

Öğrencilerin kullanmış oldukları eğitim portallarına ait bilgiler bölümünde öğrencilerin eğitim portallarından yararlanıp yararlanmadıkları ve bu durumun öğrencinin notlarında ya da derslerinde bir değişime sebep olup olmadığı incelendiğinde öğrencilerden 13 tanesi eğitim portallarından yararlanmayı tercih ettiği sonucuna ulaşılrken, 2 öğrencinin ise ders çalışmak için eğitim portallarından yararlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aileler eğitim portallarının kullanılması taraftarıdır. Fakat öğrenciler çoğu zaman bu durumu da bir zorunlulukmuş gibi algıladıkları için eğitim portallarını kullanmaktan kaçınmakta, bunun yerine vakitlerini sosyal medyada ya da diğer platformlarda geçirmeyi tercih etmektedirler.

Kategorik içerik perspektifi analizinin yanı sıra öğrencilerin kullanmış oldukları eğitim portallarına ait bilgiler Nvivo 12 Plus programında da analiz edilmiştir. Eğitim portalı ana dalının altında 6 alt dal elde edilmiştir. Bunlar ise sırasıyla yazılı sınav zamanı kullanım,

eğitim portallarını kullanmıyor, Youtube aracılığıyla ders çalışmak, arada bir kullanım, eğitim portallarının olumlu bir etkisi bulunmaktadır, ödev için eğitim portalı kullanımı şeklinde alt dallara ayrılmıştır.

Ailelerin öğrenciler hakkında vermiş oldukları cevaplar toplu olarak Tablo 3'te görülmektedir. Bu tabloda ailelerin velisi oldukları öğrenciler hakkında vermiş oldukları cevaplar kategorileştirilmiştir ve öğrencide bahsi geçen durum söz konusuysa bu durum "X" işareti ile ifade edilmiştir.

#### 4. BULGULAR

Bu araştırmada internet ve sosyal medya kullanımının öğrenciler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre; ailelerin çoğu çocuklarının zihinlerini internet, oyun ya da sosyal medya ile meşgul ettiklerini ifade etmişlerdir. İnternet kullanımı görüşme yapılan aileler tarafından öğrencileri hem fiziksel hem de ruhsal olarak yoran ve meşgul eden bir uğraş olarak görülmektedir. Görüşme yapılmış olan bazı aileler çocuklarının internet kullanımına sınır koymuş olsalar dâhi zamanla bu kullanımın alışkanlık haline dönüştüğünü ve öğrencilerin zihinlerini internet ile meşgul ettiklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin çoğu ders takibi ya da okuldan sonra dinlenme amacıyla internet kullanımına başlamaktadırlar. Bu durum yavaş yavaş yerini alışkanlığa sonrasında ise bağımlılığa bırakmaktadır.

**Tablo 3. Nitel Verilere Ait Çapraz Tablo**

	Zihinsel Uğraş	Kullanım Kısıtı	Sosyal Medya Hesabı	Alışkanlık ya da Sorunlardan Kaçış	İletişim/Sohbet Sorunu	Davranış Problemi	İnternetin Okul Performansını Etkilemesi	Sağlık problemi	Yalan alışkanlığı	Akıllı Telefon	Sınav Dönemi Kaygı	Eğitim Portalı Kullanılanlar
G.1.	X	X	X	X	X	X	X				X	X
G.2.	X			X			X			X	X	X
G.3.	X	X	X		X	X		X		X	X	X
G.4.	X	X	X		X	X	X	X	X	X		X
G.5.	X	X	X		X	X	X	X		X		X
G.6.	X	X	X			X	X		X	X	X	X
G.7.	X				X	X	X		X	X	X	X
G.8.	X		X		X		X	X		X	X	X
G.9.	X	X	X							X		X
G.10.	X		X		X		X		X	X	X	X
G.11.	X		X		X		X	X	X	X		X
G.12.			X							X	X	X
G.13.	X		X				X			X		X
G.14.	X	X	X				X	X				X
G.15.		X	X					X		X	X	X

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte öğrenciler internete sadece bilgisayar üzerinden değil aynı zamanda telefon vasıtasıyla da ulaşabilmektedir. Öğrenciler sohbet, eğlence ve çeşitli amaçlarla internet ve telefon kullanım oranını her geçen gün daha da arttırmaktadır ve aileler bu durumdan rahatsız olmaktadır. Öğrencilerin yemek yerken, ders çalışırken, uyumadan



önce ya da herhangi bir aile ortamındayken internet ile ilgilenmesi aileler tarafından hoş karşılanmamaktadır. Görüşme yapılmış olan aileler internet ve sosyal medya kullanımı yüzünden çocuklarının uykusuz kaldıklarını, hem zihinsel hem de fiziksel olarak internet kullanımından etkilendiklerini düşünmektedirler. Ayrıca aileler öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanımının okuldaki performanslarını da olumsuz bir şekilde etkilendiğini düşünmektedirler bu yüzden bazı ailelerin çocuklarının internet ve sosyal medya kullanımını sınırlama getirirse de bazıları da ergenlik döneminde çocuklarına sınırlama getirmenin olumsuz sonuçlara yol açacağı düşüncesinden dolayı herhangi bir sınırlama getirmemişlerdir. İnterneti sadece eğlence amaçlı kullanan öğrencilerin okuldaki başarı performansları düşerken eğitim amaçlı kullanan öğrencilerin performansında ise artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Görüşme yapılan aileler internet ve sosyal medya kullanımını sağlık açısından da olumsuz olduğunu vurgulamıştır. Öğrenciler sürekli bir şekilde internet ve sosyal medya ile ilgilendikleri için hareketsiz kalmakta bu durum da fiziksel açıdan kilo problemlerine sebebiyet vermektedir. Uzun süre bilgisayar önünde vakit geçirme ile öğrencilerin yeme ve içme alışkanlıkları değişmektedir bu yüzden de internet obezite gelişiminde rol oynayan önemli risk faktörlerinden biri olarak görülmektedir. Ayrıca öğrenciler İnternet erişimi olmayan mekânlara gitmek istememekte ailelerin yapmış olduğu birçok plana aykırı davranabilmektedir. Bu öğrenciler sosyal çevreden büyük oranda geri çekilmekte ve içe kapanmakta, evden çıkmayı ve internetsiz ortamlara gitmeyi istememekte, arkadaşları ile genellikle internet aracılığıyla konuşmakta ve görüşmekte, yüz yüze yapılan sosyal aktiviteleri azaltmakta, yaptıkları hakkında yalan söylemekte veya yaptıklarını gizlemeye çalışmaktadır. Ayrıca öğrenciler İnternet kullanım süresini arttırmaya çalışıp bu süreyi aileden gizlemeye çalışmakta, imkânları kısıtlandığında zaman ise öfke patlamaları yaşamaktadır.

## 5. TARTIŞMA

Bu çalışmada internet ve sosyal medya bağımlılıklarının öğrenciler üzerindeki etkisini araştırılmıştır. Yapılmış olan bu çalışmada elde edilen bulgular diğer çalışmalarla da örtüşmektedir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre internet bağımlısı olan bireylerin yeni arkadaş edinmede, ödevlerini yapmada ve uyku düzenlerinde sorun yaşadığı (Anderson, 2001; Eroğlu ve Yıldırım, 2017), öğrencilerde derslere geç kalma, dersleri kaçırma, derse uykusuz ve yorgun gitme gibi olumsuzluklara rastlandığı (Kubey vd., 2001), internetin duygusal destek için bir araç olarak görüldüğü ve yalnız bireylerin sosyalleşme amacıyla interneti tercih ettiği (Morahan-Martin ve Schumacher, 2003; Ümmet ve Ekşi, 2016; Anlı 2018), öğrencilerin internette başka birisiymiş gibi davranarak kimlik denemesi yaptıkları (Balkaya Çetin ve Ceyhan, 2014), internetin öğrenci başarısı üzerinde olumsuz etkisinin olduğu (Tanrıverdi ve Sağır, 2014) görülmüştür. Çalışmalar sonucunda internet ve sosyal medya bağımlılığı öğrencilerin hem sosyal hem fiziksel hem de akademik hayatlarını etkilediği görülmektedir. Yapılmış olan bu çalışmada da öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanım oranlarında aileler bir kullanım kısıtı olsa dahi zihinlerini sürekli İnternet ile meşgul ettikleri, iletişim ve sohbet konusunda sanal ortamda kendilerini daha iyi ifade ettikleri, internete erişemedikleri zaman davranış bozukluğu yaşayıp agresif tavırlar sergileyip kaygı yaşadıkları ve interneti kullanabilmek adına internette geçirdikleri saatleri daha az söylemeye çalışıp yalan söyledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Fakat interneti sadece eğlence ve sosyal amaçla kullanmayıp bilinçli bir şekilde kullanan öğrencilerin internet aracılığıyla

eğitim portalları üzerinden ders çalıştıkları ve derslerinde pozitif yönlü bir değişim olduğu sonucu gözlenmiştir.

Literatürdeki çalışmalar genel olarak anket çalışmalarına dayanmaktadır. Bu çalışmayı literatürde yer alan benzer çalışmalardan ayıran en önemli farklılığın internet ve sosyal medya bağımlılığının etkilerinin nitel ve nicel aşamalardan yararlanılan iki aşamalı karma bir karma yöntem ile incelenmiş olmasıdır. Nitel çalışmalar ise içerik analizi yerine derinlemesine mülakat sonuçlarının araştırmacı tarafından sınıflandırılması ile sınırlı kalmıştır. Ayrıca diğer çalışmaların aksine internet ve sosyal medya bağımlılığının öğrenciler üzerindeki etkileri öğrencilerin kendilerinden alınan veriler ile değil, onları yakından takip eden ailelerinin görüşlerinden yararlanılarak incelendiği için sonuçların daha sağlıklı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma, zaman ve maddi kısıtlardan dolayı Antalya ilindeki tek bir okulda gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine mülakatta görüşme 15 aileye uygulanmıştır. Literatürde genel kanı 15 olarak kabul edildiği için bu çalışmada da bağımlı öğrenci sayısı bu rakamın altında olmaması sebebiyle bu rakam nitel çalışma açısından kabul edilebilir bir rakam olarak görülmektedir. Fakat ilerleyen çalışmalarda bağımlılık düzeyi yüksek olmayan öğrencilerin ailelerinin de çalışmaya dâhil edilmesi durumunda daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilecektir. Ayrıca, tek bir lise yerine farklı türlerde liselerde (teknik liseler, özel liseler, vb.) eğitim gören öğrenciler incelenebilir. Benzer bir şekilde, farklı illerde yer alan farklı liseler incelenerek, örnek büyüklüğü artırılarak ülke çapında genelleme yapılabilecek sonuçlar elde edilebilecektir. Bu çalışma lise öğrencileri üzerine yapılmıştır ve farklı çalışmalarda farklı yaş grupları da tercih edilebilir.

## KAYNAKÇA

- AKTAN, E. (2018). “Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma”. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 11(2), 35-53.
- AKTÜRK, Ü., BUDAK, F., GÜLTEKİN, A. & ÖZDEMİR, A. (2018). “Comparison of Smartphone Addiction and Loneliness in High School and University Students”. Perspectives in Psychiatric Care, 54, 564–570. <https://doi.org/10.1111/ppc.12277>
- ALTINTAŞ, S. & ÖZTABAK, M. (2016). “Ortaokul Öğrencilerinin Problemleri İnternet Kullanımları ile Anne Baba Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama, 7(13), 109-128.
- ANDERSON, K.J. (2001). “Internet Use Among College Students: An Exploratory Study”. Journal of American College Health, 50(1), 21-26. <https://doi.org/10.1080/07448480109595707>
- ANLI, G. (2018). “İnternet Bağımlılığı: Sosyal ve Duygusal Yalnızlık”. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 3(2): 389-397. <https://doi.org/10.21733/ibad.414862>
- ARAL, N. & DOĞAN KESKİN, A. (2018). “Ebeveyn Bakış Açısıyla 0-6 Yaş Döneminde Teknolojik Alet Kullanımının İncelenmesi”. Addicta: The Turkish Journal on Addiction, 5, 317–348. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0054>
- ARISOY, Ö. (2009). “İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi”. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 1(1), 55-67.

- AVCI, İ.B. & KARAKOÇ, E. (2015). “İlköğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma: Elazığ Örneği”. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1(37), 437-455.
- BALKAYA ÇETİN, A. & CEYHAN, A.A. (2014). “Ergenlerin İnternette Kimlik Denemeleri ve Problemlerle İnternet Kullanım Davranışları”. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 1(2), 5-46. doi: 10.15805/addicta.2014.1.2.063
- BEKDEMİR, Ü. & TAĞRIKULU, P. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarıları ve Sınıf İçi Etkileşimleri Üzerinde Sosyal Medya Kullanımının Etkisi”. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 316-348.
- CAPLAN, S. E. (2002). “Problematic Internet Use and Psychological Well-Being: Development of a Theory-Based Cognitive-Behavioral Measurement Instrument”. *Computers in Human Behavior*, 18, 553–75.
- CEYHAN, A. & YELPAZE, İ. (2017). “Genç Yetişkinlerin Facebook Kullanım Davranışları ve Algılanan İletişim Becerileri”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 152-168. <http://dergipark.gov.tr/deubefd/issue/35768/401190>
- CEYHAN, E. (2008). “Ergen Ruh Sağlığı Açısından Bir Risk Faktörü: İnternet Bağımlılığı”. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 15(2), 109–116.
- CRESWELL, J. W. & Plano Clark, V. L. (2015). *Karma Yöntem Araştırmaları: Tasarımı ve Yürütülmesi*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- ÇAKMAK, S. & MÜEZZİN, E.E. (2018). “Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi”. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(3), 196-203.
- DEMİR, İ. YILDIZ, C. ÖZZORLU, E. KÖSE, T. & YELKENCİ, Y. (2017). “Ergenlerin Problemlerle İnternet Kullanımında Anne-Baba İzlemesinin Rolü”. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 1(2), 103-114. <http://dergipark.gov.tr/ybpd/issue/32032/339074>
- DEMİR, Ü. (2016). “Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 27-50.
- DENİZ, L. & GÜRÜLTÜ, E. (2018). “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”. *Kastamonu Education Journal*, 26(2), 355-367. <http://dx.doi.org/10.24106/kefdergi.389780>
- DINICOLA, M.D. (2004). *Pathological Internet Use Among College Students: The Prevalence of Pathological Internet Use and Its Correlates* (Unpublished Doctoral Dissertation, Ohio University, USA).
- DOĞAN, U. & TOSUN, N.İ. (2016). “Lise Öğrencilerinde Problemlerle Akıllı Telefon Kullanımının Sosyal Kaygı ve Sosyal Ağların Kullanımına Aracılık Etkisi”. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 99-128. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.66762>
- ERDEN, S. & HATUN, O. (2015). “İnternet Bağımlılığı ile Başa Çıkma Bilişsel Davranışçı Yaklaşımın Kullanılması: Bir Olgu Sunumu”. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 2(1), 53-83. <https://dx.doi.org/10.15805/addicta.2015.2.1.015>

- EROĞLU, A. & BAYRAKTAR, S. (2017). "Investigation Of Variables Associated With Internet Addiction". *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 184-199. <http://dx.doi.org/10.24289/ijsser.270680>
- EROĞLU, O. & YILDIRIM, Y. (2017). "Sosyal Medya Ağlarının Kullanım Amacı ve Bağımlılığının Uyku Kalitesi ile İlişkisinin İncelenmesi". *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-10. <http://dergipark.org.tr/tusbid/issue/33463/368462>
- ERTEMEL, A. V. & AYDIN, G. (2018). "Dijital Ekonomide Teknoloji Bağımlılığı ve Çözüm Önerileri". *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 665-690. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.4.0038>
- ESEN, E. (2010). *Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-sosyal Değişkenlerin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı)*, İzmir. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/adresinden edinilmiştir>.
- FİDAN, H. (2016). "Mobil Bağımlılık Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Geçerliliği: Bileşenler Modeli Yaklaşımı". *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 433-469. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0118>
- GENCER, Z.T. (2018). "Sosyal Medya Kullanımının İletişim Kaygısı Bağlamında Değerlendirilmesi". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2), 21-34. <https://doi.org/10.18094/josc.412915>
- GÖKÇEARSLAN, Ş. & GÜNBATAR, M.S. (2012). "Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı". *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(2), 10-24.
- GRIFFITHS, M.D. (2000). "Internet Addiction: Time to be Taken Seriously?". *Addiction Research*, 8, 413-418. <https://doi.org/10.3109/16066350009005587>
- GÜNAY O., ÖZTÜRK A., ERGÜN-ARSLANTAŞ E., & SEVİNÇ N. (2018). "Internet Addiction and Depression Levels in Erciyes University Students". *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 31, 79-88. <https://doi.org/10.5350/DAJPN2018310108>
- IŞIK, M. & KAPTANGİL, İ. (2018). "Akıllı Telefon Bağımlılığının Sosyal Medya Kullanımı ve Beş Faktör Kişilik Özelliği ile İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinden Bir Araştırma". *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 695-717. <https://doi.org/10.15869/itobiad.361081>
- İSLAMOĞLU, A.H. & AÇIK, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Beta Yayıncılık, Ankara.
- KAMILOĞLU, F. & YURTTAŞ, Ö.U. (2014). "Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 129-150. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.96678>
- KARAAZİZ, M. & KESKİNDAG, B. (2015). "Akıllı Telefonumu Seviyorum: Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Psikolojik Risk Faktörleri Üzerine Gözden Geçirme". *Bağımlılık Dergisi* 16(2), 78-85.

- KARACA, F. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri ile Akıllı Telefon Kullanma Alışkanlıkları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 44, 581-597.
- KARAGÖZOĞLU ASLIYÜKSEK, M. (2017). “Bilgi Profesyoneli Adaylarının İnternet Bağımlılığı Düzeyleri: Marmara Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Örneği”. Bilgi Ve Belge Araştırmaları, 6, 23-46. <http://dergipark.gov.tr/bel/issue/30842/413415>
- KAYRI, M. & GÜNÜÇ, S. (2016). “Yüksek ve Düşük Sosyoekonomik Koşullara Sahip Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Açısından Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi”. Addicta: The Turkish Journal on Addiction, 3(2), 165-183. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0110>
- KILINÇ, İ. & GÜNDÜZ, Ş. (2017). “Lise Öğrencilerinin Siber Duyarlılık, İnternet Bağımlılığı ve İnsani Değerlerinin İncelenmesi”. Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 7(2), 261-283. <http://dx.doi.org/10.24315/trkefd.304497>
- KIRCABURUN, K. & GRIFFITHS, M.D. (2018). “Instagram Addiction and The Big Five of Personality: The Mediating Role of Self-liking”. Journal of Behavioral Addictions, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- KIM, H-J. MIN, J-Y. MIN, K-B. LEE, T-J. & YOO, S. (2018). “Relationship Among Family Environment, Self-Control, Friendship Quality, and Adolescents' Smartphone Addiction in South Korea: Findings from Nationwide Data”. PLoS ONE 13(2), 1-13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0190896>
- KUBEY, R.W. LAVIN, M.J. & BARROWS, J.R. (2001). “Internet Use and Collegiate Academic Performance Decrements: Early Findings”. Journal of Communication, 52(2), 366-382. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02885.x>
- MACHADO, M-R. BRUCK, I. CAT, M.N.L. SOARES, M.C. & SILVA, A.F. (2018). “Internet Addiction and its Correlation with Behavioral Problems and Functional Impairments – A Cross-Sectional Study”. Jornal Brasileiro de Psiquiatria, 67(1), 34-38.
- MORAHAN-MARTIN, J. & SCHUMACHER, P. (2000). “Incidence and Correlates of Pathological Internet Use Among College Students”. Computers in Human Behavior, 16(1), 13-29. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(99\)00049-7](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(99)00049-7)
- MÜEZZİN, E. (2017). “Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığının Yoksunluk, Kontrol Güçlüğü, İşlevsellikte Bozulma ve Sosyal İzolasyon Bağlamında İncelenmesi”. Sakarya University Journal of Education, 7(3), 541-551. <http://dx.doi.org/10.19126/suje.323075>
- ODABAŞI, Y. (2010). “Tüketiciilikte Dönüşümler”. F. ODABAŞI (Ed). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dönüşümler (103-118), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- ÖZTÜRK, Ö., ODABAŞIOĞLU, G., ERASLAN, D., GENÇ, Y. & KALYONCU, Ö.A. (2007). “İnternet Bağımlılığı: Kliniği ve Tedavisi”. Bağımlılık Dergisi, 8(1), 36-41.
- PEKTAŞ, İ, MAYDA, A. (2018). “Tıp Fakültesi Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı Düzeyi ve Etkileyen Etmenler”. Sakarya Tıp Dergisi, 8(1), 52-62.

- SALLY, L. P. M. (2006). Prediction of Internet Addiction for Undergraduates in Hong Kong (Unpublished degree's thesis, UMI Dissertation Information Service, Baptist University, Hong Kong). <http://lib-sca.hkbu.edu.hk/trsimage/hp/03007154.pdf>
- SAMI, H. DANNIELLE, L. LIHI, & D. ELENA, S. (2018). "The Effect of Sleep Disturbances and İnternet Addiction on Suicidal Ideation Among Adolescents in the Presence of Depressive Symptoms". *Psychiatry Research*, 267, 327–332.
- SAVCI, M. & AYSAN, F. (2018). "#Kişilerarası Yetkinlik, Yalnızlık, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu, Ödül ve Cezanın Sosyal Medya Bağımlılığını Yordama ve Sosyal Medya Kullanan-Kullanmayan Ergenleri Doğru Sınıflandırma Düzeyi". *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5, 431–471. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.3.0032>
- SAYIMER, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*, Beta Yayınları, İstanbul.
- SHAPIRA, N. A., LESSIG, M. C., GOLDSMITH, T. D., SZABO, S. T., LAZORITZ, M., GOLD, M. S., & STEIN, D. J. (2003). "Problematic İnternet Use: Proposed Classification and Diagnostic Criteria. *Depression and Anxiety*", 17(4), 207-216.
- SİLKÜ-BİLGİLİER, H.A. (2018). "Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Ege Üniversitesi Örneği". *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 351-369. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.420632>
- SOLMAZ, B. TEKİN, G. HERZEM, Z. & DEMİR, M. (2013). "İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama". *Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-46. <http://dergipark.org.tr/josc/issue/19027/200546>
- ŞAHAN, M. & ERASLAN ÇAPAN, B. (2017). "Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanımında Kişilerarası İlişkilerle İlgili Bilişsel Çarpıtmaların ve Sosyal Kaygının Rolü". *Ege Eğitim Dergisi*, 18(2), 887-913. <http://dx.doi.org/10.12984/egeefd.336391>
- TANRIVERDİ, H. & SAĞIR, S. (2014). "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(18), 775-822.
- TAŞ, İ. (2018). "Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Psikolojik Belirtilerin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi". *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 31-41. <http://dx.doi.org/10.18506/anemon.310973>
- TAŞÇI, B. & EKİZ, S. (2018). "Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı". *2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme*, 224-235. <https://hdl.handle.net/11467/1902>
- TSAI, C. & LIN, S. (2003). "İnternet Addiction of Adolescents in Taiwan: An Interview Study". *Cyberpsychology ve Behavior*, 6(6), 649-655.
- ÜMMET, D. & EKŞİ, F. (2016). "Türkiye'deki Genç Yetişkinlerde İnternet Bağımlılığı: Yalnızlık ve Sanal Ortam Yalnızlık Bağlamında Bir İnceleme". *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 29-53. doi: 10.15805/addicta.2016.3.0008

- WANG, H.R. CHO, & KİM, H.D. (2018). "Prevalence and Correlates of Comorbid Depression in a Nonclinical Online Sample With DSM-5 Internet Gaming Disorder". *Journal of Affective Disorders*, 226, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2017.08.005>
- YOUNG, K.S. (1996a). "Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of the Internet: A Case that Breaks the Stereotype". *Psychological Reports*, 79, 899-902.
- YOUNG, K.S. (1996b). "Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder". *CyberPsychology and Behavior*, 1(3), 237-244.
- YOUNG, K.S. (1999). "Internet Addiction: Symptoms, Evaluations and Treatment". L VandeCreek L & T.L. Jackson (Eds.), *Innovations in Clinical Practice: A Source Book* (19-31), Professional Resource Press, Sarasota, FL. <http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.pdf>
- YOUNG, K.S. (2007). "Cognitive Behavior Therapy with Internet Addicts: Treatment Outcomes and Implications", *CyberPsychology and Behavior*, 10(5), 671-679.

# Rice Commercialisation and Improved Agricultural Technology Adoption in Northern Ghana: Endogenous Switching Poisson Approach

(Research Article)

*Kuzey Gana'da Pirincin Ticarileştirilmesi ve Gelişmiş Tarım Teknolojisinin Benimsenmesi: İçsel Anahtarlama Poisson Yaklaşımı*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.600275

**Samuel A. DONKOH**

*Associate Professor of Agricultural Economics. Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Agribusiness and Communication Sciences, University for Development Studies, P. O. Box TL 1882. Tamale, Ghana.*

*Email: sdonkoh@uds.edu.gh / Tel: +233 2457 28465*

*Orcid No: 0000-0003-0054-705X*

**How to cite this article:** Donkoh, S.A. (2020). Rice Commercialisation and Improved Agricultural Technology Adoption in Northern Ghana: Endogenous Switching Poisson Approach. *Alanya Academic Review*, 4(1),Page No. 105-121.

## ABSTRACT

### Keywords:

*Adoption, Endogenous Poisson regression, Rice commercialisation, Improved technologies, Northern Ghana*

*Received:  
01.08.2019*

*Accepted:  
05.02.2020*

*This study investigated the factors that influence the commercialisation drive and the effect on the adoption of improved agricultural technologies (IATs) using data collected from 543 farm households in northern Ghana. The method of analysis involved the estimation of Endogenous Poisson model. The findings indicate that commercialisation does enhance the adoption of IATs and is driven by factors such as: off-farm activities, rice output, sex, household headship, farm size, credit, commercial centre location. The probability of adopting IATs was also influenced by age, experience, mass media information sources, and home-to-farm distance. Stakeholders should target the youth and step up efforts in supporting flagship programmes such as the "Planting for Food and Jobs" and Planting for Export", while supporting livelihood diversification programmes.*

## 1.GİRİŞ

Food supply must increase sustainably to match growing population especially across Africa. To this end, there is the need for agricultural policies to be harmonised with global, regional and national goals. Sustainable Development Goals (SDGs) 1 and 2 which focus on poverty alleviation and hunger eradication by the year 2030 (MoFA, 2017) are crucial if food security and welfare of people particularly, smallholder farmers in developing countries like Ghana are to be enhanced. Thus, increasing agricultural productivity through agricultural commercialisation and the adoption of improved production practices is key in meeting the SDGs 1 and 2.



Rice is one of the major food security crops across the globe. The demand for the crop has given it a major priority in terms of research and per capita area under production. According to the Statistical, Research and Information Directorate (SRID) of MoFA (2017), Domestic rice production in Ghana has increased recently from 44% in 2016 to 47% in 2017. Despite the increase in production, the Directorate stressed that Ghana still relies on rice import to meet the growing per capita consumption which currently stands at 35kg annually. Self-sufficiency in rice production to meet the demand in Ghana is yet to be met, making the country to depend on imports of about 697,391Mt in 2016 alone to supplement what has been produced locally. To reduce rice importation, the government of Ghana and major stakeholders have invested quite substantially in agriculture. Farmers are motivated to venture into rice commercialization to increase productivity. Stakeholder investments and rice commercialization are expected to move Ghana towards self-sufficiency in rice production which should translate into alleviating poverty and eradicating hunger.

Historically, the agricultural industry in Ghana is predominantly led by smallholder farmers with average farm holding of less than 2.0 hectares. Smallholder farms are spread out across the country, making it difficult to reach by extension service providers and researchers who are in limited supply. Agriculture in Ghana is also heavily dependent on rain fall with only about 1% of the arable land being utilised by irrigation (Martey et al. 2012).

Current agricultural policy documents in Ghana (i.e. the Food and Agriculture Sector Development Policy, FASDEP I & II) target commercial farming with the aim of increasing productivity. More attention has been given to rice production reflecting the significance of rice to fight food insecurity and alleviate poverty among poor farmers. Agricultural commercialisation has been keenly recognized to take place in four dimensions by producing a marketable surplus of traditional crops particularly rice; crop diversification; livelihood diversification and post-harvest handling strategies such as adding value to farm produce via processing (Kunze, 2003).

Agricultural commercialisation is a powerful tool to increase rural households' income and to ensure food security (Jaleta et al. 2009). It is a coping mechanism to reduce risks associated with crop production. Jaleta et al. (2009) stressed that farm commercialisation results in increased crop productivity through economies of scale, deeper learning through practice, frequent interaction, exposure to new innovations, and better motivations in the form of higher incomes, which translate into improved welfare gains for smallholder farmers.

Agricultural commercialisation has attracted donor support agencies (DFID, 2002) to scale-up crop production to fight food insecurity. Taking agriculture as business and building smallholder farmers' capacity are a strategic point to transform the agricultural industry in Ghana. For instance, the government of Ghana is promoting agricultural commercialisation to increase crop productivity through the "Planting for Food and Jobs" (PFJ) and "Planting for Export" (PFE) flagship programmes in collaboration with MoFA and donor agencies. Other organisations promoting agricultural commercialisation in Ghana are the National Seed Council (NSC), Ghana Commercial Agricultural Project (GCAP), Resilience in Northern Ghana (RING) project, Council for Scientific and Industrial Research (CSIR), and the Ghana Grains Council (GGC). The rest are RAINS, ACDEP, CARE International, Presbyterian Agricultural Services (PAS) and Peasant Farmers Association, among others.

It is assumed in this study that agricultural commercialisation among smallholder farmers will lead to agricultural intensification and efficient use of resources. This is because commercialisation implies that the farmer must produce more in order to sell enough surplus for cash to meet his/her expenditures. Producing more in the phase of limited land resource implies the adoption of improved agricultural technologies such as improved seeds, fertilisers and other soil and water conservation practices. Thus, all other things being equal, a farmer with commercial orientation would adopt more improved agricultural technologies than a farmer with subsistence orientation.

In spite of the numerous organisations that have promoted agricultural commercialisation, it appears that there is still a wide gap between domestic demand and supply of rice in the country. Smallholder farmers in the country, particularly those in Northern Ghana still produce rice at subsistence level despite having the comparative advantage of producing the commodity in large quantities. Not much has been done to explore the potentials and drivers of commercialisation specifically, for rice production to increase productivity, to the best of the researcher's knowledge. Therefore, the aim of this paper is to examine the factors that influence farmers' participation in commercial rice production. The paper also assesses the innovative rice production practices among commercial and non-commercial rice farmers. The rest of the paper is organised as follows: section 2 gives a brief literature review, section 3 presents the methodology (including analytical framework), while the results and discussions are contained in section 4; and section 5 consist of conclusions and policy recommendations.

## **2. BRIEF LITERATURE REVIEW**

Agricultural commercialisation can be explained as selling marketable surplus of farm produce (Rohana and Branda, 2010) to meet other expenditure of smallholder farmers. Rohana and Branda (2010) further explained that marketable surplus is the quantity of produce available for consumption by other people outside the farming family and raw materials for manufacturing and processing industries. Martey et al. (2012) also defined agricultural commercialisation as the transition from subsistence-oriented farming to market-oriented farming. This means that shifting the smallholder farmer's mind from subsistence farming to large scale farming, as he/she takes farming as a business, is the first step to agricultural commercialisation. Agricultural commercialisation has been well known to mean engaging in large scale farming, ignoring the fact that the smallholder farmers are cultivating crops such as rice for profit maximization, despite the small land holdings and constraints to resources such as cash security. What to produce and the purpose of production make a smallholder farmer allocate time for both labour and leisure differently in subsistence and commercialised farming.

AGRA (2017) distinguished among four categories of small farms as follows: commercial; pre-commercial; transition; and subsistence. On the extreme ends of the scale are commercial and subsistence farms that are oriented towards profit maximisation and producing for home consumption respectively. The farming system in between are either oriented towards commercialisation or subsistence. The organisation argued that it is necessary for governments to identify these different farming systems in order to formulate respective policies for each of them.

According to IFAD-IFPRI (2011), agricultural commercialization is measured by the marketed surplus ratio. The marketed surplus ratio is defined as the value of crop sales as a percentage of the value of crop production. FAO (1989) revealed that subsistence farmers produce marketable surplus up to 25% of the total production; semi-commercial farmers produce marketable surplus between 25% to 50% of total production. Commercial farmers produce marketable surplus above 50% of the total production. IFAD-IFPRI (2011) revealed that the average marketed crop surplus ratio of the three (former) northern regions is about 22%, which is 10% below the national average of 33%.

Quite a number of studies have been carried out on agricultural commercialisation using IFAD-IFPRI's (2011) surplus ratio. For instance, a study on the extent of commercialisation of farming households in Nigeria was conducted by Ele et al. (2013). Using commercialisation household index, the researchers found that the degree of commercialisation was slightly above 60%. Using Tobit regression model to investigate factors influencing farm household decision to commercialise, they found that total output, farming experience, extension service, farm area, membership in cooperatives and household size were the important factors influencing the degree of commercialisation. The researchers recommended that governments and stakeholders should come out with strategic policy plans to enhance food crop production and create a conducive environment for income generation.

Similarly, Kabiti et al. (2016) conducted an empirical study on factors influencing smallholder commercialisation of farming enterprises in Zimbabwe. Farm input and output commercialisation indices were computed for all the participating farmers and the Tobit model was used to regress the indices on farmer specific demographic factors. Their findings showed that the farmers were moderately commercialised for both input and output sides. However, the findings also revealed that different factors determined input and output commercialisation. The study concluded that smallholder farmers had a great potential for commercialisation if the necessary conditions and the right environment were provided. They recommended that both the public and private sectors should increase their contribution towards commercialisation through technical training backed by financial support.

Lastly, in Ghana, Martey et al. (2012) assessed commercialisation of smallholder agriculture, also using the Tobit regression model. The study assessed the trends in maize and cassava production by farm households; investigated the levels of commercialisation of these two crops and as well, examined the magnitude and direction of factors influencing intensity of commercialisation of the two crops. The findings showed that the degree of maize and cassava commercialisation were 53% and 72% respectively. This means that maize is mostly cultivated at subsistence level to meet household food security. Factors that were found to influence the extent of commercialisation were output price, farm size, access to extension services, distance to market and access to market information. The following recommendations for policy interventions were made. Agricultural extension agents should strengthen the business orientation of farm households with government support in terms of logistic supply and market infrastructure development; and government policy should target at creating friendly environment for private enterprise and/or entrepreneurs in the agribusiness sector to train farmers coupled with investment in irrigation schemes.

IFAD-IFPRI (2011)'s definition of commercialisation is to a large extent, a useful measure of commercialisation. It gives the observed quantities of farm produce that the farmer can supply to the market. The limitation with using observed values is that the determinants are

not very useful in policy formulation. In the researcher's opinion what is more useful is to estimate the probability of a farmer going into commercialisation. Thus, in this study the dependent variable for a rice commercialisation model is a dummy variable defining the orientation of the farmer towards either commercialisation or subsistence. In this case a farmer was asked of his/her main motive of producing rice; whether it was for sale or for home consumption. In recent times, the extreme situations where the farmer produces rice for only home consumption or only the market is rare, the reality is that either the farmer sells more and consumes less or consumes more and sells less.

Rogers (2003) defined adoption as the extent to which recipients of a new technology or innovation use it. However, diffusion is when the use of the technology spreads in the community or society among many users. In this case, while adoption involves individual farmers, diffusion involves several farmers in the community or country. The importance of modern technology adoption is seen in the success of the Green revolution in Asia in the late 1960s where the production of cereals like wheat, rice and maize increased tremendously as a result of the adoption of improved seed varieties with the complementary inputs of fertilisers, insecticide, irrigation and mechanisation (Todaro and Smith, 2011). Unfortunately, SSA missed out due to several reasons, including the unsuitability of the improved seeds to the soils and climatic factors of the continent (Evenson and Gollin, 2000). In recent times, however, attempts have been made to re-introduce the Green revolution by the Alliance of Green Revolution in Africa (AGRA) with support from Kofi Annan Foundation and other stakeholders (Donkoh, 2011). One of the main lessons learnt is the development and adoption of technologies that are suitable to the land. That implies, as much as possible, improving upon existing technologies to enhance their productive capacities, rather than importing new technologies that may not be adaptable to the environment.

Like commercialisation, studies on agricultural technology adoption abound (e.g. Donkoh, 2011). In the empirical literature, some of the main determinants of technology adoption are formal education, access to credit and extension, training and membership to FBOs. However, to the best of the researcher's knowledge, not much has been done in terms of investigating the effect of farmers' commercialisation drive on improved agricultural technology adoption. This is the gap that the present study seeks to fill. The specific improved technologies and practices are nursery establishment, Harrowing, organic fertiliser, inorganic fertiliser (NPK), Fertiliser (Urea briquette), Puddling, Proper spacing (20\*20cm), Dibbling/drilling, early maturing variety, Drought tolerance variety, changing planting period and Bunding.

### **3. MATERIALS AND METHODS**

#### **3.1. Studied Area, Sample Size and Survey Instruments**

The study was conducted in Northern Ghana, specifically using rice farmers from the (former) Northern and Upper East regions of Ghana. These two regions have suitable agricultural land for rice production and are the largest producers of rice in Ghana. This presents an opportunity to engage the teaming youth to go into rice commercialisation in the study area. The study employed multistage sampling technique to select the respondents. In the first stage, the two northern regions were purposively selected based on the recorded achievements in the rice production. Simple random sampling technique (using random table in excel) was employed to select the districts and the respondents for the study from a list of

farm household obtained from MoFA. Sample size of 543 was arrived at by using Slovin's (1960) sample size calculation formula. Questionnaires were administered to the rice farmers through face to face interviews at the farmers' residence to protect the respondents' confidentiality.

### 3.2. Data Analysis

#### 3.2.1. Theoretical Model

The methodological approach to the study draws inspiration from Terza (1998) and Miranda (2004). According to Terza (1998), given the  $i$ th farmer from a random sample  $I = \{1, \dots, n\}$  conditional on a vector of explanatory variables  $x_i$ , an endogenous dummy  $c_i$ , and a random term  $\varepsilon_i$ , the dependent variable  $y_i$ , which is a count, is supposed to follow a standard Poisson distribution as follows:

$$f(y_i/\varepsilon_i) = \frac{\exp\{-\exp(x_i'\beta + \gamma c_i + \varepsilon_i)\} \{\exp(x_i'\beta + \gamma c_i + \varepsilon_i)\}^{y_i}}{y_i!} \quad (1)$$

where  $\beta$  and  $\gamma$  are coefficient to be estimated. The error term  $\varepsilon_i$  measures omitted and unobserved variables as well as any measurement error. Given a vector of explanatory variables  $z_i$  (which may contain some or all elements of  $x_i$ ),  $c_i$  is characterised by an

$$\text{index process } c_i = \begin{cases} 1 & \text{if } z_i\alpha + v_i > 0 \\ 0 & \text{otherwise} \end{cases} \quad (2)$$

where  $\alpha$  is a vector of coefficients to be estimated. Suppose that  $w_i$  represent all endogenous variables and  $\varepsilon_i$  and  $v_i$  are jointly normal with mean zero and covariance matrix

$$\Sigma = \begin{pmatrix} \sigma^2 & \sigma\rho \\ \sigma\rho & 1 \end{pmatrix}, \text{ given that } \varepsilon_i, c_i \text{ and } y_i \text{ are independent. Hence, the joint conditional}$$

probability density function of  $y_i$  and  $c_i$ , given  $w_i$ , can be written as

$$f(y_i, c_i/w_i) = \int_{-\infty}^{\infty} \{c_i f(y_i/c_i = 1, w_i, \varepsilon_i) \Pr(c_i = 1/w_i, \varepsilon_i) + (1 - c_i) f(y_i/c_i = 0, w_i, \varepsilon_i) \Pr(c_i = 0/w_i, \varepsilon_i)\} f(\varepsilon_i) c_i \varepsilon_i \quad (3)$$

where  $f(\varepsilon_i)$  denotes the probability density function for the random term  $\varepsilon_i$ .

### 3.2.2 Empirical Model

Following from the theoretical equation 1 and given the objectives of the study, namely: to investigate the factors influencing rice commercialisation; and to determine the effects of rice commercialisation on the adoption of improved agricultural technologies, there are two equations to be estimated; rice commercialisation and improved agricultural technology equations, and therefore two dependent variables. Since rice commercialisation drive is assumed to influence the adoption of improved technologies, the latter equation may be said to be the substantive equation and the former the selection equation in a recursive framework (i.e. Commercialisation influences adoption but not the other way round).

Thus, given equation 1 above, the dependent variable ( $y_i$ ) of this study is the number of improved farm practices (IATs) that a farmer adopts. It is a count variable, and therefore, follows the Poisson distribution. This is hypothesised to be determined by rice commercialisation ( $c_i$ ) as well as some farm and farmer characteristics and institutional variables ( $x_i$ ).  $C_i$  is also influenced by some farm and farmer characteristics as well as institutional variables, which, for the purposes of distinction are represented by  $z_i$ . Clearly, there may be some unobserved variables that determine both  $y_i$  and  $c_i$  such that if we estimate the equations for the two variables separately, we may not be able to measure the true effect of  $z_i$  and other variables on  $y_i$ . For example, innovativeness, on the part of a farmer may lead him/her to adopt an IAT.

Similarly, this quality may influence his/her commercialisation drive in a positive way. In this case, it becomes difficult to separate the effect of the farmer's innovativeness on his/her adoption behaviour from the effect of commercialisation on his/her adoption behaviour. In other words, if per chance, after the estimation of the two equations separately, we find that commercialisation has impacted significantly on adoption, how do we know whether it is the farmers' commercialisation drive or innovativeness that is responsible? Terza's (1998) model offers a solution like that of Heckman's (1979) treatment effect model that corrects for selectivity bias problems in some simultaneous equation models. It should however, be noted, that it is not automatic that there is endogeneity between adoption and commercialisation. Miranda (2004) has given a good illustration of the test that shows whether the selection variable (commercialisation in this study) is endogenous or exogenous. Either way, Miranda (2004) suggested estimation packages that are similar but not exactly, the same (see Miranda, 2004; pp 45&46).

The empirical model to be estimated to measure the effect of rice commercialisation on the adoption of IATs is given as follows:

$$\text{Commercialisation} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Sex} + \alpha_2 \text{Age} + \alpha_3 \text{Edu} + \alpha_4 \text{FarmSize} + \alpha_5 \text{Output} + \alpha_6 \text{Credit} + \alpha_7 \text{Off\_farm} + \beta_8 \text{Farm}_{\text{Dist}} + \alpha_9 \text{Media} + \alpha_{10} \text{HHhead} + \alpha_{12} \text{Region} + V_i \quad (4)$$

$$\text{Adoption} = \beta_0 + \beta_1 \text{Age} + \beta_2 \text{Experience} + \beta_3 \text{Off\_farm} + \beta_4 \text{Credit} + \beta_5 \text{Livestock} + \alpha_6 \text{Farm}_{\text{Dist}} + \beta_7 \text{Media} + \beta_8 \text{Commercialisation} + \varepsilon_i \quad (5)$$

The measurement and *a priori* expectations of the variables are indicated in Table 1.

**Table 1. Description and Measurement of Variables**

Variable	Description	Measurement	Expected sign
<b>Dependent variable</b>			
Commercialisation (RC)	Farmer's main reason for rice cultivation	Dummy: 1 = for profit 0 = for subsistence	+ (Adoption)
<b>Independent variables</b>			
Sex	Sex of respondent	Dummy: 1= male, 0= female	+/-
Age	Age of respondent	Years	+/-
Education	Farmer's years of education	Years	+
Experience	Farmer's years in rice cultivation	Years	+/-
Off-farm	Farmer's engagement in off-farm employment	Dummy: 1 = yes, 0 = otherwise	+/-
Farm size	Rice farm size	Acres	+/-
Credit	Access to credit/loan	Dummy: 1 = yes, 0 = otherwise	+
Livestock	Livestock ownership	Dummy: 1 = yes, 0 = otherwise	+
Rice output	Quantity of rice harvested per acre by farmer	Kg	+
Household-head	Farmer's status at the household level	Dummy: 1= Head, 0= otherwise	+/-
FBO	Farmer's membership to farmer-based organisation (FBO)	Dummy: 1= yes, 0= otherwise	+
Region	Farmer's location	Dummy: 1=Upper east, 0= Northern	+/-
Media	Heard rice commercialisation in media by respondent	Dummy: 1= yes, 0= otherwise	+
Farm distance	Farm plot distance to home	In kilometres	+

Note: The expected sign is assumed to be the same for both commercialisation and adoption

Source: Author's construct, 2019

## 4. RESULTS AND DISCUSSION

### 4.1. Demographic and Socioeconomic Characteristics of Sampled Farmers

Table 2 presents the results of the descriptive statistics of the sampled rice farmers. Out of the 543 rice farmers, about 65.19 percent had a commercial motive for producing rice. About 84.7 percent and 80.4 percent were found to be male for the commercial and non-commercial rice farmers respectively. On average, (in the pooled data) about 83 percent of the respondents were male. Age the average age for commercial and non-commercial farmers was found to be 38.3 and 38.9 years respectively.

About 54.1 percent of the commercial rice farmers were household heads while 66.1 percent of the non-commercial rice farmers were household heads. In terms of education, commercial rice farmers had a marginally higher education compared to their non-commercial counterparts. The mean educational level was about 4 years. Commercial rice farmers had about 11 years of rice cultivation experience compared to non-commercial rice farmers who had about 13 years cultivation experience. There was also a significant difference in the production of livestock between commercial (63.3%) and non-commercial farmers (74.1%).

About 27 percent of commercial rice farmers were into off-farm businesses, as against 25.9 percent for non-commercial rice farmers. The average land holding was found to be significantly higher for commercial rice farmers (2.96 acres) compared to non-commercial rice farmers (1.75). Meanwhile, the average rice farm size in the study area is 2.37 acres. About 32 percent of the respondents were in the Upper East region as against 68 percent in the northern region. The results further show that about 64 percent of the respondents who were commercial rice farmers belonged to FBOs while 63 percent of the non-commercial farmer category also belong to an FBO. Moreover, commercial rice farmers received significantly less agricultural extension visits (about 2 times) compared to non-commercial counterparts who had about 6 visits per annum.

On the average, commercial farmers were closer to market centres than non-commercial rice farmers (7.5 km). Access to production credit was very low as only 11.8 percent of farmers had access to credit. Lastly, farmers who practiced irrigation constituted 58.9 percent. Specifically, 64.4 percent of commercial rice farmers practiced irrigation while 48.7 percent of non-commercial rice farmers practiced same. Also, ironically, a higher percentage of non-commercial farmers (83.6%) received information from the mass media than their commercial rice producing counterparts (71.8%).

**Table 2. Demographic and Socioeconomic Characteristics of the Respondents**

Variable	Commercial	Non-commercial	Mean difference	Pooled data	t-value
RC	354(65.19%)	189 (34.81%)			
Sex	0.847	0.804	-0.043	0.830	-1.284
Age	38.30	38.90	0.61	38.49	0.638
Household-head	0.531	0.661	0.130***	0.576	2.945
Education	4.285	3.598	-0.687	4.046	-1.490
Livestock	0.633	0.741	0.108***	0.670	2.560
Experience	11.034	13.016	1.982***	11.724	2.891
Off-farm business	0.274	0.259	-0.015	0.269	-0.338
Farm size	2.694	1.749	-0.945***	2.365	-3.655
Region	0.311	0.338	0.028	0.320	0.663
Membership of FBO	0.638	0.630	-0.009	0.635	-0.202
media	0.718	0.836	0.118***	0.759	3.095
Farm-market-distance	6.092	7.498	1.406***	6.581	3.114



Credit	0.093	0.164	0.071***	0.118	2.446
--------	-------	-------	----------	-------	-------

Note: \*\*\* denotes 1 percent significant level

Source: STATA estimates. Field data, 2018

#### 4.2. Comparison of Improved Technologies Adoption Levels Among Commercial and Non-Commercial Rice Farmers

Adoption of good agronomic practices and improved rice production technologies is critical in enhancing productivity and attaining self-sufficiency in the production of rice. Increased rice productivity means less poverty and food insecurity. This section discusses the levels of adoption of good agronomic practices and improved rice technologies by comparing commercial and non-commercial rice farmers. In all, 34.8 percent, representing 189 farmers had subsistence orientation while the remaining 65.2 percent, representing 354 had commercial orientation. By considering the Chi2 statistics in Table 3, there is a revelation of significant statistical differences in the adoption levels between commercial and non-commercial rice farmers. The results from Table 3 reveal that majority (about 76%) of commercial rice farmers practiced nursery establishment as against only 24.3 percent for non-commercial rice farmers. Establishment of rice nursery is very important in rice cultivation as it helps to raise seedling for transplanting and to re-fill or replant in circumstances of crop loss. Failure of some rice seeds to germinate due to environmental and genetic factors could result in reduced rice population density on the field, which has a potential negative effect on yield. Farmers overcome this low rice population density by establishing rice nursery to refill the potholes in order to enhance productivity. About 57 percent of commercial rice farmers practiced harrowing compared to 42.6 percent for non-commercial rice farmers. Harrowing by tractor helps in loosening the soil, thereby increasing the porosity and water absorption capabilities.

Organic manure has widely been used in upland agriculture for the production of maize, groundnut, pepper and vegetables. The use of organics has not been widely associated with lowland rice production, especially in the study area. But in recent times, manure has been applied to lowlands to boost rice production as a sustainability measure and to improve soil structure. In this study, 56.5 percent of commercial rice farmers had applied organic manure on their rice fields. Just about 44% of non-commercial rice farmers applied some organics to their farms. While about 80 percent of commercial rice farmers adopted puddling to level their farms for better circulation of water, just 19.8 percent of non-commercial rice farmers adopted this important practice.

Commercial rice farmers who practiced line planting represent 69.8 percent compared to 30.2 percent for non-commercial rice farmers. Farmers might plant rice in lines without necessarily following proper spacing which also improves soil aeration. Commercial rice farmers who practiced proper spacing (20\*20 cm) was found to be 68.3 percent as against 31.7 percent for non-commercial farmers. Out of the total sampled, about 52 percent of the commercial farmers practiced dibbling/drilling, showing a marginal difference with non-commercial farmers which was found to be 48 percent.

Inorganic fertilizer is one of the soil fertility enhancement technologies advocated by scientists to increase agricultural productivity. Application of appropriate amounts of NKP as basal and urea for top dressing has been found to have significant effect on yields of rice farmers. The study found a high percentage of commercial rice farmers using NPK (62.7%)

and urea briquettes (71.3%). Comparatively, just about 37 percent and 29 percent of non-commercial farmers applied NPK and urea briquettes respectively to their rice farms. Urea briquette is compact form of urea known to have some environmental benefits because of its mode of application that prevents wastage and seepage into water bodies. The targeted application of urea briquette also enhances effectiveness and efficiency of nutrient use by the rice plant. The results present an indication that inorganic fertilizers were patronised more by commercial rice farmers than non-commercial farmers in the study area.

Also, about 60 percent and 47 percent of commercial rice farmers adopted early maturity and drought tolerance rice varieties respectively. On the other hand, 39.7 percent and 52.9 percent of non-commercial farmers adopted early maturity and drought tolerance rice varieties respectively. In addition, 60.5 percent of commercial rice farmers' changed planting period in the regime of planting season while 39.5 percent of non-commercial farmers changed rice planting period. Rice farmers change planting period in order to adapt to climate change and climate variability. The irregular pattern of rainfall makes farmers to adjust the planting period to meet good rains. Some of the farmers resorted to weather forecast by the Meteorological Service of Ghana while others resorted to unscientific individual climate monitoring process. As rational beings, farmers do not just start to cultivate immediately the raining season sets in but will wait and observe the pattern for a while before proceeding with planting. This helps the farmers to escape the phenomenon of long drought period which sometimes leads to total loss of crops.

Bunding is water harvesting technique to support rice growth and development especially when there is a problem of drought. More commercial rice farmers (69.2%) were found to have adopted this water harvesting technique, compared with only 30.8 percent non-commercial farmers. In terms of rice output, commercial farmers achieved significantly higher output (3322.54 kg (3.32Mt), than non-commercial rice farmers who had average output of 1490.44 kg (1.49 Mt).

**Table 3. Adoption Levels of Improved Rice Production Technologies and Output**

Agronomic Practices <sup>K</sup>	Commercialization		Non-commercialization		Ch <sup>2</sup> -Value	Pr.-value
	Freq.	%	Frequency	%		
Nursery establishment	243	75.70	78	24.30	38.202***	0.000
Harrowing	136	57.40	101	42.60	11.303***	0.001
Organic use	87	56.50	67	43.50	7.170***	0.007
Puddling	97	80.20	24	19.80	15.380***	0.000
Line planting	196	69.80	85	30.20	5.331**	0.021
Proper spacing (20*20cm)	196	68.30	91	31.70	2.577*	0.108
Dibbling/drilling	79	52.00	73	48.00	16.257***	0.000
Fertilizer (NPK)	266	62.70	158	37.30	5.149**	0.023
Fertilizer (Urea briquettes)	134	71.30	54	28.70	4.690**	0.030
Early maturing variety	155	60.30	102	39.70	5.125**	0.024

Drought tolerance variety	48	47.10	54	52.90	18.202***	0.000
Changing planting period	158	60.50	103	39.50	4.803**	0.028
Bunding	191	69.20	85	30.80	3.977**	0.046
Rice output (Kg)	3322.54		1490.44		5.141***	0.000

<sup>K</sup> This was multiple response, so farmers could choose as many as applied to them. Significant effects are indicated with \*,  $p < 0.1$ ; \*\*,  $p < 0.05$ ; \*\*\*,  $p < 0.01$ .

Source: STATA estimates. Field data, 2018

Turning to Table 4, we observe the intensity of adoption vis-à-vis the percentage of adopters. We observe that the highest percentage of adopters (14.73) adopted 8 of the technologies, followed by 14.0% who adopted 6 technologies. The third highest percentage of adopters (13.63%) adopted 5 technologies while the fourth (9.39) and fifth (9.02) highest percentages adopted 9 and 12 technologies respectively. Only 1.84% (i.e. 10 farmers) did not adopt any of the technologies. The rest are as indicated in the Table.

**Table 4. Percentage Distribution of Adoption Intensity**

Adoption intensity	Frequency	Percentage
0	10	1.84
1	1	0.18
2	14	2.58
3	26	4.79
4	37	6.81
5	74	13.63
6	76	14.00
7	42	7.73
8	80	14.73
9	51	9.39
10	36	6.63
11	19	3.50
12	49	9.02
13	16	2.95
14	12	2.21
Total	543	100.00

Source: STATA estimates. Field data, 2018

### 4.3. Factors Influencing the Commercialisation Drive of Farmers

The objectives of the study were to investigate the factors influencing the commercialisation drive of farmers and the effect of commercialisation on the adoption of IATs. From the methodology section, we noted that the estimation of endogenous Poisson model would be most appropriate because it corrects for selectivity bias problems that may arise as a result of some observed and unobserved factors that may influence both commercialisation and adoption.

Following Miranda (2004), two sets of equations were estimated; one assumed endogeneity of the commercialisation variable while the other assumed exogeneity. In general, the coefficients in Panel A are almost the same as those in Panel B. However, the results in Panel A are preferred to those in B because in Panel A selectivity bias has been corrected for. In Panel A, the estimation results show a significant Rho and sigma, implying that

commercialisation and adoption variables are correlated, and that the data was also over-dispersed and required the estimation of an appropriate regression model, namely; Endogenous Switching Poisson model. Thus, it can be concluded that commercialisation is endogenous. Being a Poisson (count) model, the coefficients are relevant as opposed to the other limited dependent-variable models in which the marginal effects are crucial.

The second part of the estimation results in Table 4 relate to the commercialisation variable. Household headship was negative and highly significant at 1 percent level. The negative sign of the variable implies that farmers who are not heads of their families are more oriented towards commercialisation, compared with farmers who are heads of their families. The latter are more oriented towards food security than cash security and therefore are more into subsistent farming. Another group of farmers who are more into subsistent farmers, per the estimation results, are female farmers. The positive coefficient of the sex variable implies that male farmers have greater probability of going into commercial farming than their female counterparts. This is also plausible; women are more directly into providing food to the household than men and are usually involved in off-farm ventures. They are also more involved in the post-harvest management activities than their male counterparts and will seldom invest in production activities especially on a commercial level. Women are generally disadvantaged in accessing production technologies such as fertilizers and improved seeds for commercial production purpose. Similar findings were made by Mulwa et al. (2017) and Ragasa et al. (2013).

Other results that met the researcher's a priori expectations are the positive coefficients of off-farm and rice output, as well the negative coefficient of region (location). Engagement in off-farm activities on the part of the farmer is a sign of his/her business orientation. Such business orientation is likely to manifest also in the farmer's production business. Normally, engagement in off-farm activities would give the farmer other sources of income to enable him/her to invest in their farm business. This finding corroborates with Martey et al. (2012) who found that off-farm income increases the probability of farmers to practice agricultural commercialisation. Increase in output is also supposed to motivate farmers to invest more in agricultural activities. So, it was plausible to find that farmers with increased output had a higher probability of going into commercial rice production. It may well also be that most farmers with a commercial drive will necessarily increase their farm sizes which could eventually lead to increases in output. Contrary to the a priori expectation however, farmers with smaller farm sizes had a higher probability of going commercial.

The probability of going commercial is also higher for farmers in the northern region than those in the Upper East region. This is also plausible because, the Northern region is generally more developed and accessible, and therefore more commercialised than the Upper East region. The coefficient of credit did not also meet the a priori expectation. The a priori expectation was that accessing credit would enhance the probability of going into commercialisation because, generally business oriented person are more interested in accessing credit than non-business persons. Abu (2015) found a positive effect of credit on the intensity of market participation.

**Table 5. Full Maximum Likelihood Estimation of the Effect of Commercialisation on the Adoption of Improved Technology Adoption in Northern Ghana**

Variable	Panel A		Panel B	
	Endogenous –Switch Poisson Regression Coefficient	Standard Error	Exogenous –Switch Poisson Regression Coefficient	Standard Error.
Age	0.004**	0.002	0.003*	0.002
Experience	0.004*	0.003	0.004*	0.003
Off-farm	0.018	0.042	0.021	0.041
Credit	-0.014	0.056	-0.033	0.054
FBO	-0.040	0.037	-0.040	0.036
Livestock	0.032	0.039	0.032	0.039
Farm-distance	-0.011***	0.004	-0.012***	0.004
Media	0.381***	0.050	0.368***	0.048
<b>RC</b>	<b>0.168**</b>	<b>0.087</b>	<b>0.044</b>	<b>0.036</b>
Constant	1.460***	0.115	1.575***	0.088
<i>Switch (RC)</i>				
Sex	0.738***	0.196	0.636***	0.193
Age	-0.002	0.007	-0.002	0.007
Education	-0.006	0.013	-0.004	0.013
Farm size	-0.122***	0.041	-0.083**	0.037
FBO	0.042	0.139	-0.004	0.137
Rice output	0.036***	0.005	0.035***	0.005
Credit	-0.386**	0.197	-0.410**	0.195
Off-farm	0.388**	0.161	0.343**	0.160
Farm-distance	-0.016	0.015	-0.020	0.015
Media	-0.057	0.183	-0.004	0.180
Household head	-0.725***	0.165	-0.741***	0.164
Region	-0.570***	0.163	-0.512***	0.164
Constant	-0.074	0.337	-0.040	0.339
Sigma	0.120***	0.043	0.106**	0.042
Rho	-0.765*	0.423		
<i>Model diagnosis tests</i>				
<i>Observations</i>	543		543	
<i>Wald chi2 (9)</i>	108.120		107.700	
<i>Prob&gt;ch2</i>	0.000		0.000	
<i>Log Likelihood</i>	-1625.557		-1626.779	

Source: STATA estimates. Field data, 2018

#### 4.4. Factors Influencing the Adoption of Improved Agricultural Technologies

Turning to the estimation results of the adoption of improved agricultural technologies in the first part of Table 4, five of the variables were found to be significant. These are age, experience, rice commercialisation, access to mass media extension, and farm-home distance. The main objective of the study was to determine the effect of rice commercialisation on the adoption of IATs. The positive coefficient of the commercialisation variable means that farmers who were commercially oriented had higher probability of adopting IATs than those who were subsistent oriented. This is a very important finding because, as indicated earlier, the vision for Ghana's agriculture is to modernise agriculture by improved or modern inputs so that production is unscaled, and markets are expanded. In Abdullah et al. (2019), farmers

who had higher probability of going into commercialisation had a greater welfare than subsistent oriented farmers.

The positive coefficients of the age and experience of the farmer indicate that farms managed by the old, and those with long year of rice production experience have a higher probability of adoption than those managed by the relatively young persons, and with less years of experience in rice production. This finding corroborates with Donkoh, Azumah, and Awuni (2019) but is in contrast with that of Melesse (2018) which shows a negative relationship between age and the adoption of improved production technologies. The positive coefficient of media also indicates that farmers who have the benefit of getting information from the mass media such as radio and television have higher probability of adopting many IATs than their counterparts with less mass media contacts. This finding is also consistent with Awuni, Azumah, and Donkoh (2018) who also found mass media extension mechanisms to positively and significantly influence the adoption of multiple technologies by rice farmers in northern Ghana.

The only significant variable with a negative relationship with the adoption of IATs is distance from home to farm. The negative coefficient implies that the probability of adopting IATs is higher when the farmer's farm is closer to his/her house than when the farm is at a remote place. This is also plausible because when the farmer's plot is closer, he/she is able to transport technologies/inputs easier and faster to the farm than when it is far away.

## **5. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS**

The study sought to investigate the factors that influence the commercialisation drive and its effect on the adoption of IATs in the (former) Northern and Upper East Regions of Ghana. The methods of analysis involved the estimation of an endogenous switching Poisson model and descriptive statistics such as the chi square. The estimation results of the endogenous Poisson regression model indicated that the probability of commercialisation was higher for the following categories of farmers: male farmers; farmers with higher output; farmers engaged in off-farm activities; farmers with smaller farm size and without access to farm credit; farmers who are not household heads; and farmers living in the Upper East region opposed to living in the northern region. The probability of adopting IATs was also higher for the following categories of farmers: farmers with higher commercialisation drive; older and experienced farmers; farmers with access to mass media extension methods; and farmers with relatively shorter distance between their homes and their farms.

The findings of the study give some insight into the angle from which government and other stakeholders can pursue the vision of a modernised agriculture with high commercialisation drive. Commercialisation enhances adoption of IATs. However, commercialisation is itself driven by factors such as engagement in off-farm activities, output, farm size and living in a commercial centre/region. Government should target the youth and step up efforts in supporting its flagship programmes, "Planting for Food and Jobs" and "Planting for Exports." NGOs should also step up their efforts in helping the farmers to diversify their livelihoods. Proceeds from off-farm activities ease the pressure on farm revenue and give the farmer the financial ability to engage in commercialisation and the adoption of IATs. Commercial towns or regions are also places that stakeholders can target if farmers' commercialisation drive is to be enhanced. This is because in such places, there are backward and forward linkages which could explain why the probability of commercialisation in this study was higher in the

northern region than in the Upper East region. These notwithstanding, other categories of farmers such as female farmers, the aged and more experienced farmers cannot be neglected. Affirmative action in terms of resource distribution should be taken for such farmers.

In terms of methodology, the addition to knowledge is the fact that the study estimated a probability of farmers' commercialisation drive, rather than the amount of market surplus. Another area of difference is that the study measured the effect of commercialisation on technology adoption. In most studies, the substantive equation is the intensity of adoption. Lastly, the use of Terza and Miranda methodologies is quite uncommon.

## ACKNOWLEDGEMENTS

The author acknowledges the contribution of Shaibu Baanni Azumah for helping in the data collection and management processes. The support of all the respondents (rice farmers) in northern Ghana is also acknowledged.

## REFERENCES

- ABDULLAH, RABBI, R. AHAMED, R, ALI, S. CHANDIO, A.A., AHMED, W, IYIS, A., & DIN, I.U. (2019). Determinants of commercialisation on the welfare of smallholder rice farmers by using Heckman two stage approach. *Journal of the Saudi society of Agricultural Science* 18, 224-233.
- ABU, B.M. (2015). Groundnut market participation in the Upper West Region of Ghana. *Ghana Journal of Development Studies* 12, (1 & 2).
- AGRA. (2017). Africa agriculture status report: The business of smallholder agriculture in Sub-Saharan Africa. Nairobi, Kenya: Alliance for a Green Revolution in Africa (AGRA). Issue No. 5
- AWUNI, J.A., AZUMAH, S.B., & DONKOH, S.A. (2018). Drivers of Adoption Intensity of Improved Agricultural Technologies Among Rice Farmers: Evidence from Northern Ghana. *Review of Agricultural and Applied Economics*, 21 (2): 48-57.
- DFID. (2002). Eliminating hunger: Strategy for achieving the millennium development goal on hunger. DFID. London. May.
- DONKOH, S. A. AZUMAH, S. & AWUNI, J.A (2019) Adoption of improved agricultural Technologies among Rice Farmers in Ghana: A Multivariate Probit Approach. *Ghana Journal of Development Studies* 3(16): 46-67.
- DONKOH, S.A. (2011). Technology Adoption and Efficiency in Ghanaian Agriculture: A Microeconomic Study: USA LAMBERT Academic Publishing.
- ELE, I. E., OMINI, G. E. & ADINYA, B. (2013). Assessing the extent of commercialization of smallholding farming households in Cross River State, Nigeria. *Journal of Agriculture and Veterinary Science*, 4(2): 49-55.
- EVENSON, R. E, & GOLLIN, D. (2000). The Green Revolution: an end of century Perspective. Available via <http://www.williams.edu/economics/wp/gollin%20The%20green%20revolution>.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANISATION (FAO) (1989). Horticultural marketing: A resource and training manual for extension officers, Rome.
- HECKMAN, J. J. (1979). Sample selection bias as a specification error. *Econometrica* 47(1): 153–161.

- IFAD-IFPRI (2011). Agricultural commercialization in northern Ghana. Innovative policies on increasing access to markets for high-value commodities and climate change mitigation. IFAD-IFPRI Partnership Newsletter. Retrieved from <http://ifadifpri.wordpress.com>.
- JALETA, M., GEBREMEDHIN, B. & HOEKSTRA, D. (2009). Smallholder commercialization: processes, determinants and impact. Discussion Paper No. 18. Improving Productivity and Market Success (IPMS) of Ethiopian Farmers Project, ILRI (International Livestock Research Institute), Nairobi, Kenya.
- KABITI, H.M., RAIDIMI, N.E., PFUMAYARAMBA, T.K. & CHAUKE, P.K. (2016). Determinants of agricultural Commercialization among smallholder farmers in Munyati resettlement area, Chikomba district, Zimbabwe. *Journal of Human Ecology* 53(1): 10-19
- KUNZE, D. (2003). Challenges and critical issues of small farm Commercialisation of agriculture. Proceedings of the International Workshop on Gender Impacts of Commercialization of Smallholder Agriculture. 14-16, IITA, Ibadan.
- MARTEY, E., AL-HASSAN, R. M. & KUWORNU, J. K. M. (2012). Commercialization of smallholder agriculture in Ghana: A Tobit regression analysis. *African Journal of Agricultural Research* 7(14):2131-2141.
- MELESSE B. (2018). A Review on Factors Affecting Adoption of Agricultural New Technologies in Ethiopia. *Journal of Agricultural Science and Food Research*, 9: 22
- MINISTRY OF FOOD AND AGRICULTURE (MOFA) (2017). Agricultural Sector Progress Report 2017. MoFA, Accra, Ghana.
- MIRANDA, A. (2004). FIML estimation of an endogenous switching model for count data. *The Stata Journal* 4(1): 40–49
- MULWA, C., MARENDA, P., RAHUT, D.B. & KASSIE, M. (2017). Response to climate risks among smallholder farmers in Malawi: A multivariate probit assessment of the role of information, household demographics, and farm characteristics. *Climate Risk Management*, 16 (1): 208–221.
- RAGASA, C., DANKYI, A., ACHEAMPONG, P., WIREDU, A.N., CHAPOTO, A., ASAMOAH, M. & TRIPP, R. (2013). Patterns of adoption of improved rice technologies in Ghana. International Food Policy Research Institute Working Paper, 35: 6-8.
- ROGERS, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*, 5th Edition, New York, Free Press.
- ROHANA, M.R.P & BANDRA, R. (2010). Commercialisation of Agriculture and role of Agricultural Extension. *Sabaragamuwa University Journal*, 6:1-13
- SLOVIN, E. (1960). Slovin's formula for sampling technique. Retrieved from <https://edoc.pub/the-slovin-formula-pdf-free.html>.
- TERZA, J. (1998). Estimating count data models with endogenous switching: Sample selection and endogenous treatment effects. *Journal of Econometrics*, 84: 129–154.
- TODARAO, M. P., & SMITH, S. C. (2011). *Economic development*, 11<sup>th</sup> Edition. England, Pearson Education Ltd.



# Spekülatif Girişimcilik Açısından Emile Zola'nın Para Romanının İncelenmesi

(Araştırma Makalesi)

*Investigation of Money Novel of Emile Zola in Terms of Specific Entrepreneurship*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.657170

**Ali Osman UYMAZ**

Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İİBF, İnsan Kaynakları Bölümü  
[ali.uymaz@alanya.edu.tr](mailto:ali.uymaz@alanya.edu.tr)

Orcid No: 0000-0002-2572-0085

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Uymaz, A.O. (2020). Spekülatif Girişimcilik Açısından Emile Zola'nın Para Romanının İncelenmesi. Alanya Akademik Bakış, 4(1), Sayfa No. 123-142.

## Anahtar kelimeler:

Girişimcilik,  
Spekülatif  
Girişimcilik, Öz  
manipülasyon,  
Arbitraj, Emile Zola

Makale Geliş Tarihi:

09.12.2019

Kabul Tarihi:

24.01.2020

## Keywords:

Entrepreneurship,  
Speculative  
Entrepreneurship,  
Self-manipulation,  
Arbitrage, Emile  
Zola

## ÖZET

Bu çalışmada Emile Zola'nın Para romanı spekülatif girişimcilik açısından veri olarak kabul edilerek incelenmiştir. Roman kahramanları ve olay örgüsü betimsel ve içerik analizi ile analiz edilerek spekülatif girişimcilik ve alt boyutları farkındalık, arbitraj, öz-manipülasyon ve yüksek kazanç beklentisi açıklanmıştır.

## ABSTRACT

In this study, Emile Zola's Money novel has been examined as data in terms of speculative entrepreneurship. Novel heroes and storyline are analyzed with descriptive and content analysis to explain speculative entrepreneurship and its sub-dimensions' awareness, arbitrage, self-manipulation and high earnings expectation.

## 1. GİRİŞ

Mustafa Özel'e (2018) göre 'bilim' eki ile tanımlanmış olan Marx, Weber ve Durkheim'in eserlerine toplumbilimi deniyorsa ve bu düşünceler itibarlı hale geliyorsa, Balzac, Dickens ve Tanpınar'ın eserlerinin de romanbilimi olarak tanımlanması gereklidir. Bir düşünceyi bilim olarak tanımlayabilmek için 'bilim'in tanımına bakacak olursak; Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde (TDK, 2019) bilim 'belli bir konuyu bilme isteğinden yola çıkan, belli bir amaca yönelik bir bilgi edinme ve yöntemli araştırma süreci' olarak tanımlanmaktadır. Tanımdan yola çıkarak en önemli unsurun 'yöntemli araştırma süreci' olduğunu ve bu durumun elde edilen bilgiye bilimsellik kazandırdığını söyleyebiliriz.

Natüralizmin kurucusu Zola ve takipçileri pozitif bilimlerle sanatı birleştirme ve determinizmi topluma uygulama çabasında olmuşlardır. Bu amaçlarından dolayı roman yazımından önce ciddi bir hazırlık süreci yürütmüş, gözlem yapmış ve veri toplamışlardır. Romanlarında toplumu ve kahramanlarının portrelerini en ince ayrıntısına kadar incelemiş, tasvir etmiş bu süreci bir bilim adamı hassasiyetinde yürütmüşlerdir. Zola toplumu büyük bir laboratuvar, insanı incelenmesi gereken veya deney konusu olan şey, sanatçı olarak kendisini de bilim adamı olarak görmektedir. Zola, Therese Raquin (2018) romanının önsözünde metodolojisini şöyle açıklamıştır.

*“Umarım amacımın her şeyden önce bilimsel bir amaç olduğunu anlamaya başlamışsınızdır. İki karakterim Thérèse ve Laurent’ı oluştururken kendime bazı sorunlar yaratıp onları çözmek hoşuma gitti; bu şekilde iki farklı mizacın arasında oluşabilecek tuhaf birleşmeyi açıklamayı denedim, tutkulu bir kişiliğin sınırlı bir kişilikle temas etmesinin yaratabileceği derin sorunları gösterdim. Roman dikkatlice okunursa, her bir bölümün tuhaf bir fizyolojik vakanın incelenmesi olduğu görülecektir. Kısaca söylemek gerekirse romanı yazarken tek bir arzum vardı: Elimde güçlü bir adam ve tatminsiz bir kadın olduğuna göre, onlardaki hayvani arayış bulmak, hatta onlarda yalnızca hayvani olanı görmek, onları vahşi bir dramın ortasına atmak ve bu insanların hisleriyle eylemlerini titizlikle not etmek. Tek yaptığım, bir cerrahın kadavralar üzerinde yaptığı analitik çalışmayı iki canlı beden üzerinde uygulamaktı... Kendimi, en ufak bir arzu duymaksızın çıplak modeller çizen, bir eleştirmenin eserlerindeki canlı bedenlerden utandığını söylemesiyle derinden şaşırın ressamın yerinde buldum. Thérèse Raquin’i yazarken kendimi tamamiyle insan mekanizmasının analizine adayarak dünyayı unuttum, hayatın gerçekçi ve titiz bir kopyasının içinde kayboldum” (s.13).*

Domagalski ve Jermier (1997) bazı romanlarda yazarların var olanı ayna gibi yansıttığını ve ayrıntılarıyla, çözümlemelerle oluşturulan bu durumu bir gerçeklik kurgulama sanatı olarak tanımlamaktadır. de Monthoux ve Joerges’e (1994) göre ise bu tarz romanlar analiz edilmek için bir çok veriyi ve aktarılması zor olan gizli bilgiyi erişilebilir hale getirmektedir. Hem akademisyenler hem de profesyoneller açısından bakıldığında zaman romanlar tek bir alanda araştırma veya bakış açısı yerine 360 derecelik kapsamda veri ve bilgi sağlamaktadır. Bazı romanlar örgütleri, üyelerini, sosyal yapı ve kültürlerini analiz etmek, anlamak için geniş bir veri ve bilgi sağladığı gibi örnek olay olarak da değerlendirilebilir. Bunun için romanlar yalnız akademisyenlerin araştırma konusu olarak değil aynı zamanda iyi yöneticiler yetiştirmeye yardımcı olabilecek örnek olaylar olarak görülebilir. de Monthoux ve Joerges (1994) üniversitelerin ilgili bölümlerinde derslerin daha iyi anlaşılabilmesi için birçok romanın örnek olay olarak incelenmesini tavsiye etmektedir.

Zola’nın 1890 yılında yazdığı orijinal adı L’argent olan ve Türkçeye Para (Zola E. , 1947) olarak çevrilen romanında başkahramanı Saccard’ın girişimcilik hikâyesi anlatılmaktadır. Aristide Saccard tarafından spekülâtif girişimcilik sürecinin sosyal bir inşa süreci olarak nasıl kurgulandığı ve yönetildiği, bireylerdeki dini hassasiyeti arbitraj için kaldıraç olarak nasıl kullandığı ayrıntıları ile romanda anlatmıştır. Zola naturalist olarak toplumda var olanı tanımlamayı, deterministik yaklaşımla açıklamayı, anlamlandırmayı hedeflediği için romanı gerçek hayattaki olayların, olguların açıklanmasında yardımcı olması mümkündür. Her ne kadar bir kurgu olsa da romandaki girişimcilik süreci eko-sistemindeki tüm aktörler, hem sosyo-kültürel hem de psikolojik açıdan ayrıntılı tanımlanmıştır. Bunun için romanda anlatılan spekülâtif girişimcilik modeli ve stratejilerinin gerçek hayattaki örnekleri ile

örtüşeceği düşünülmekte, olanların ve olacakların anlaşılmasına katkı yapacağı öngörülmektedir.

Bu çalışmada spekülâtif girişimcilik süreci, girişimciliğin kuluçka dönemi, dinamikleri, girişimci tarafından eko-sistemin kurgulanması ve yönetilmesi Zola'nın Para romanı üzerinden betimsel analiz yöntemi ile incelenmektedir. Bu çalışmanın amacı, roman içeriği veri olarak kabul edilip analiz edilerek, literatürde üzerine çok çalışma bulunmayan spekülâtif girişimcilik ve alt boyutlarını açıklamaktır.

## 2. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik, üretim veya hizmet için gerekli kaynakları toplayarak, kar ve zarar riskini kabul edip ürünü üretmek, satmak olarak (Stenberg & Wennekers, 2005) ve bu süreci kurgulayan, yöneten ve işi olarak gören kişi de girişimci olarak tanımlanabilir. Girişimcilerin ortak özellikleri piyasadaki açığı teşhis edebilmeleri, kar-zarar riskini kabul etmeleri, kişisel çıkar ve fayda ile motive (Bacq, Hartog, Hoogendoorn, 2016) ve yüksek özgüvene sahip olmalarıdır (Koellinger, Minniti, & Schade, 2007). Girişimciler piyasadaki açıkları tespit ederek toplumun ihtiyaçlarını karşılarken, kendilerini gerçekleştirmek isterler ve bununla motive olurlar (Kirzner, 1973).

Serbest piyasa ekonomisi bir şeyin farklılaştırılmış türüne ve benzerine izin vermektedir. Girişimcilik açısından da bu geçerlidir. Girişimcilik literatüründe genellikle olumlu bir yer edinmiştir. Birden fazla, farklı girişimci ve girişimcilik modeli olabileceği gibi, girişimciliğinde karanlık bir tarafının bulunabileceği gözardı edilmemesi gerekir. Çünkü girişimcilerde de fırsatçı davranışlar görülmektedir (Gorman & Sahlman, 1989; Scarlata & Alemany, 2010). Karanlık tarafa sahip olan girişimcilik modellerinden biri spekülâtif girişimciliktir. Spekülâtif girişimcilik mutlak olumsuz ve karanlık bir model olmamakla birlikte, model olarak başarılı olma olasılığı olduğu kadar suistimale açık yönlere sahip olması nedeniyle girişimcinin karanlık tarafa kayma olasılığı olan bir girişimcilik türüdür (Uymaz, 2019).

### 2.1. Spekülâtif Girişimcilik

Kirzner (2010) günümüzde yüksek değişim ve dalgalanma özelliğine sahip piyasayı sosyal arena olarak tanımlar. Piyasa, mal veya hizmeti satan ve alanın, kaynaklara sahip olan ve kullananların mübadele yapabildiği bir eko-sistemdir. Bu mübadelede piyasa oyunlara izin veren hatta bu oyunları ekonomik canlılık açısından teşvik eden sosyal çerçevedir.

Kirzner (1979) pazardaki arbitraj fırsatından faydalanarak gerçekleştirilen girişimciliği spekülâtif girişimcilik olarak tanımlamıştır. Spekülâtif girişimcilik fiyat dengesizliğiyle yani arbitraj temelli yapılan girişimcilik faaliyetleridir (Kirzner, 1973). Arbitrajın temelinde yeni bir ürün, hizmet, üretim süreci, organizasyon yapısı veya dini, milli, siyasi veya sosyal bir durum kaldıraç olarak kullanılıyor olabilir. Spekülâtif girişimci var olan piyasa açığını değerlendirdiği gibi kendisi de bilgisi ile arbitraj fırsatı sağlayan yeni bir ürün veya hizmet kurgulayarak pazarın oluşmasını sağlayabilir.

Spekülâtif girişimciliğin kaynağını oluşturan arbitrajı yüzeysel bir fiyat dalgalanması olarak değerlendirmek yanlış olacaktır. Spekülâtif girişimcilik yalnız mal ve hizmetin yeniden tanımlanması, pazarlanması ve satılmasında değil üretim kaynaklarının toplanması ve üretim sürecinde de söz konusudur (Uymaz, 2019).

‘*Spekülatif girişimciyi, diğer girişimcilerden ayıran özellikler nelerdir?*’ Sorusuna öncelikle genel girişimciliğin özelliklerini tanımlamakla başlamak gerekir. Wales ve diğerlerinin (2016) çalışmalarında, literatürdeki 128 girişimcilik konulu makale üzerinde yaptıkları çalışmanın sonucuna göre; 98 tanesi Miller’ın (1983) ortaya koymuş olduğu girişimciliğin üç boyutu olarak yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma olduğunu tespit etmişlerdir. Spekülatif girişimcilerin bu özelliklere ek olarak sahip oldukları özellikler; farkındalık, arbitraj, öz manipülasyon ve yüksek kazanç beklentisidir (Uymaz, 2019).

### 3. ARAŞTIRMA METEDOLOJİSİ

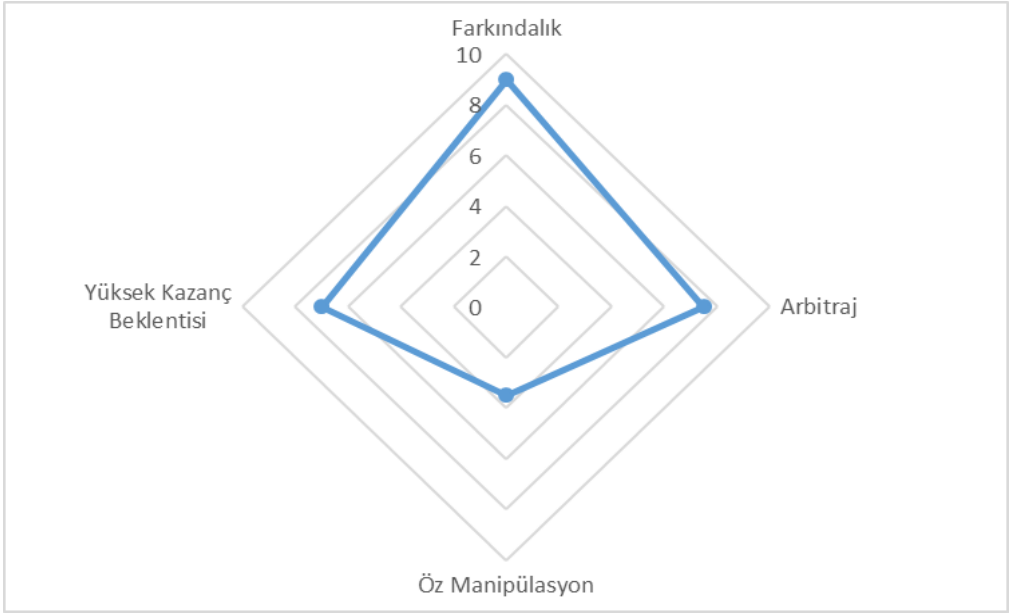
Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel ve içerik analiz yöntemi seçilmiştir. Nitel araştırmalar araştırma konusu hakkında betimsel, gerçekçi ve ayrıntılı bir resim sunmayı hedeflemektedir. Bireysel ya da toplumsal problemleri anlamada ve açıklamada çoklu perspektifler sunmayı amaçlar. Nitel araştırmada betimleme ve ilişkilendirme nitel veriler ve kavramsal çözümlenmeler yoluyla yapılır (Kıncal, 2017). Bu sebepten dolayı nitel analizde kullanılan verinin ayrıntılı ve derin olması önemlidir. Zola natüralist akımın üyesi olarak romanlarında betimsel, gerçekçi ve ayrıntılı veri sunmuştur. Romanlarını yazmadan önce romanın konusu ile ilgili gözlem yapmış, veri toplamış ve bir cerrah hassasiyeti ile verileri işlemiştir (Zola, 2018).

Betimsel analiz araştırmacı tarafından literatüre uygun belirlenmiş temalara göre verilerin özetlenmesini ve bu belirlenmiş temalara göre yorumlanmasını sağlayan bir analiz yöntemidir. Çalışmada betimsel analiz dört aşamada yapılmıştır. Birinci aşamada araştırmanın veri analizi için gerekli kavramsal çerçevesini oluşturan ana temalar tanımlanmıştır. Böylece verilerin hangi temalara göre sınıflanacağı belirlenmiştir. Ardından, tanımlanan temalara göre roman incelenip veri olarak kullanılacak bölümler belirlenmiştir. Bu aşamada veri olarak seçilen bölümler üzerinden içerik analizi yapılmıştır. Veri olarak seçilen bölümler üzerinden araştırmacı ve diğer 4 akademisyen tarafından içerik analizi yapılmış ve önceden belirlenmiş temalara göre kodlanmıştır. İçerik analizi seçici kodlama ile yapılmıştır. Seçici kodlamada tanımlanmış temalar odaklı kodlama yaklaşımıdır. Seçici kodlama ile çalışmanın temalar çerçevesi içinde kalması, temalar arasındaki ilişkilerin gösterilmesi hedeflenmektedir (Robson, 2015). İçerik analizinin amacı temaların güç analizidir. Bazı temalar daha güçlü faktör olarak öne çıkarken bazıları ise diğerlerine göre etkisi daha sınırlı kalabilmektedir. İçerik analizi kapsamında araştırmacı ve diğer kişilerin kodlama sonuçları toplanıp aritmetik ortalamaları alınmış ve onluk sisteme çevrilerek analizde kullanılmıştır.

İçerik analizinden sonra betimsel analiz kapsamında temalar açıklanmış, temaları ve araştırma sonuçlarını destekleyici romandan alıntılar yapılmıştır (Yıldırım & Şimsek, 2016).

### 4. ANALİZ SONUÇLARI

İçerik analizi için yapılan kodlama sonuçlarına göre farkındalık birinci sırada gelen faktör, takibinde arbitraj ve yüksek kazanç beklentisinin geldiği tespit edilmiştir. Öz manipülasyon ise diğer faktörlere göre öne çıkmayan bir faktör olarak tanımlanmaktadır.



Şekil 1. İçerik analizi değerlendirme sonucu

#### 4.1. Farkındalık

Farkındalık, spekülative girişimcinin sahip olduğu bilgiden kaynaklanan, girişimciliğin temelini oluşturan ve bireydeki girişim fırsatının teşhisinden gelen uyarılmışlıktır. Farkındalığı oluşturan bilginin içeriğini pazardaki boşlukların, hataların ve dengesizliklerin keşfi oluşturmaktadır (Kirzner, 1999).

Bireyi spekülative girişimciye dönüştüren farkındalığın oluşması için bireyin büyük bir veriye sahip veya yatırım yaptığı alanın uzmanı olmasına gerek yoktur. Temel düzeydeki bilgi bile farkındalığın oluşması için yeterli olabilmektedir. Keşif süreci ve farkındalığın oluşması doğrusallık özelliği göstermez, raslantısal bir durumdur (Gunter, 2012). Girişimciler yatırım kararlarının sistematik bir analiz süreci sonucunda değil, anlık teşhis sonucu, yine anlık verilen kararlar ile olduğu tespit edilmiştir (Dew, Read, Sarasvathy, & Wiltbank, 2015). Farkındalık yalnız girişimin başlangıcında değil girişimin tüm aşamalarında birçok kaynaktan gelen yeni bilgi ile yenilenen içeriğe sahiptir ve girişimciliğin tüm aşamalarında etkili olmaktadır.

Zola'nın Para romanında ana karakter ve spekülative girişimci Saccard'dır. Fakat spekülative girişimcilik sürecinin inşa edildiği projeler başka bir karakterin, Gorges Hamelin isimli Fransız ülkücüsü bir mühendisin projeleridir. Hamelin, mühendis olarak Doğu'nun üzerine ölü toprağı atılmış zenginliklerini yol, maden, gemi şirketi ve liman yaparak oraları sanayi ve ekonomik açıdan geliştirecek, Fransız ülkücüsü olarak da oraları muassır medeniyet seviyesine çıkaracak ve Fransa'nın hizmetine sunacak projeler yapmıştır. Saccard ise bu projelerin altın yumurtlayan bir tavuğa dönüşebileceğini gören, Hamelin yerine girişimcilik sürecini kurgulayan, eko-sistemi kuran, gerekli sermayeyi bulan ve operasyonu yöneten müteşebbis beydir.

*“Gorges Hamelin çok koyu Katolik olarak yetiştirilmişti, çocukluğunda öğrendiği dini muhafaza ediyor, büyük bir inançla, ibadetini yapıyor... Ölmüş medeniyetlerin külleri altında uyuyan, bu köhne toprağı uyandırma hülyalarını benimsiyordu. Hamelin fikirlerle ve planlarla tıklım tıklım dolu koskoca bir tomar biriktirmişti... Afrika'nın, İspanya'nın, İtalya'nın, Yunanistan'ın, Mısır'ın, Asya'nın bütün limanlarına, hatta Karadeniz'in nihayetine kadar her limana hatlar tesis ederek teknil Akdeniz'i işletecek, oranın hükümdarlığını sağlayacaktı... Bir gümüş madeni var ki yaptığı hesaplara göre, işletilmesi muazzam karlar getirecekti. Bu çok zengin memleketin, içinde uyuşup kaldığının durgunluğun ilk sebebi, rahat ve süratli nakil vasıtalarının yokluğudur... Şimdi demiryolları çöl sınırlarına kadar sokulursa, tasavvur edin bu ne büyük bir inkılap olur! Sanayi ve ticaret on misline yükselir, medeniyet galebe çalar, Şarkın kapıları, nihayet, Avrupa'ya açılır... İstanbul, Halep, Şam, Trabzon, İzmir, Bursa, Erzurum, Sivas demiryolu. Hünkârdan imtiyazın tamamı alınır alınmaz... İstanbul'da bir banka açmaktan bahsediyordu... Mühendis, hem çok sezgi sahibi bir teşkilatçı idi, hem yurttaş olarak çok iyi düşünüyordu. Bu suretle Şark kazanılmış, Fransa'ya verilmiş olacaktı” (s.55-58).*

Girişimcinin farkındalığı subjektif bir durumdur. Farkındalık girişimcinin sahip olduğu bilgiyi yorumlamasından kaynaklanmaktadır. Bilgi açık olsa bile aynı bilgiyi diğer bireyler farklı yorumladığı, anlamlandırdığı ve kullandığı için girişimcide oluşan farkındalık onlarda oluşmamaktadır. Farkındalık sonucu ortaya çıkan girişimcilik bireyin yaratıcı yönünün bir sonucu diğer bireyler içinse girişimcilik açısından başarısız oldukları bir durumdur (Shane & Venkatarman , 2000). Hatta birçok birey girişimcilik fırsatının karla sonuçlanacağına ikna bile olmayabilir (Gunter, 2012). Bunun için spekülative girişimcinin farkındalığı öznel ve subjektif bir durumdur. Saccard, Hamelin'in projelerindeki potansiyeli görmüş ve farkındalık Hamelin'de değil Saccard'ta oluşmuştur.

*“Hâkimiyet bize geçince, Filistin Krallığını tekrar tesis ederiz. Papayı oraya oturturuz... Başlangıçta, Yafa deniz limanı olmak üzere Kudüs ile iktifa edilebilir. Sonra, Suriye istiklalini ilan eder. Kudüs'e ilhak edilir. Bilmiş olun ki, Papalığın, aleyhinde hazırlanan hakaretler karşısında; artık Roma'da kalamayacağı günler yaklaşmıştır. İşte o gün hazırlıklı olmalıyız... Bu iş Katoliklik için yeni bir devir, bir zafer devri olacak... Tahti mukaddes makamlar diyarında bulunursa, kendisi, Mesih'in söz söylediği mukaddes arzdan, Mesih adına konuşursa, nasıl bir şaşa ile parlayacak, ne büyük bir nüfuz saçacak! O diyar onun hakkıdır, ülkesi orası olmalıdır. Hem müsterih olun, o ülkeyi kudretli ve kuvvetli bir ülke yapacağız; bütçesini, memleket kaynaklarının garantisi ile hisse senetlerini bütün dünya Katoliklerinin kapıyaacağı büyük bir banka tarafından destekleyerek, onu siyasi keşmekeşlerden koruyacağız. Saccard onun, derin Katolik inancıyla söylediği bu sözleri, hayretten ağzı bir karış açık dinliyordu. Saccard, işe akli yatmamakla beraber, projenin ölçüsüzlüğünden hoşlanmış, gülümsemeye başlamıştı; buluşun verdiği neşe ile haykrarak, bankaya bir isim takmaktan kendini alamadı: Merkadı İsa Hazinesi...” (s.75-76).*

*“Saccard, henüz hiç kimseye açmadığı büyük oyuna, haftalardan beri tasarladığı muazzam işe atılacaktı; bu iş, o kadar etraflı bir şeydi ki, başarlınca da bozulsa da kâinatı altüst edebilecek şekilde tertiplenmişti, bizzat Saccard bile ürküyordu” (s.13).*

Spekülative girişimci farkındalığı ile sanal bir fırsatı, gerçek bir şey olarak da tanımlayabilmektedir (Murray, 2018). Girişimci daha önce spekülasyon düzeyinde olan bir şeyi gerçekliğini kurgulamakta ve gerçeğe dönüştürmektedir. Bu durum bir spekülative

realizmdir (de Monthoux P. G., 2015). Saccard farkındalığı ile sanal bir şeyi gerçekliğe dönüştürmekte, onu tanımlamaktadır.

*“Mahut planlar koleksiyonunu işleteceklerdi. Saccard’ın cırlak sesi ile her şey canlanıyor, aşırı bir mana alıyordu. Önce Akdeniz’e el koyuyorlar, birleşik yolcu gemileri genel kumpanyası vasıtasıyla orayı fethediyorlardı. Saccard, istasyon tesis edilecek olan sahildeki bütün memleketlerin limanlarını birer birer sayıyor, silinmiş klasik hatıraları, kendi hava oyuncusu heyecanına kattıyor, eski dünyanın bildiği biricik deniz olan bu denizi, etrafında medeniyetin geliştiği bu denizi, suları Atina, Roma, Tyr, İskenderiye, Kartaca, Marsilya gibi şehirleri, Avrupa’ya vücut vermiş bütün bu kadim şehirleri yalayan mavi denizi göklere çıkarıyordu. Bu geniş Şark yolu elde edildikten sonra, Suriye’de, Karmel Gümüş Madenleri Şirketi’ni kurarak bu küçük işle çalışmaya başlıyorlardı. Bu iş ayaküstü, şöylece birkaç milyonluk bir kazançtan ibaretti, fakat mükemmel bir başlangıçtı. Çünkü gümüş madeni keşfi, toprak altında gümüş bulunması, kürek kürek gümüş toplanması, halka her zaman heyecan verecek bir şeydi. Hele Karmel gibi azametli ve akis bırakacak bir isim takmak mümkün olursa. Saccard lakırdıyı, asıl iri parçaya, Şark Şimendiferleri Kumpanyası’na getiriyordu. Bu bahse gelince coşuyor, çünkü küçük Asya’nın bir başından öte başına, bir ağ gibi atılacak olan demiryolu şebekesi, onun nazarında asıl spekülasyonda, paranın can damarıydı. Asırların cehaleti ve tozu altında gizli kalan, hesapsız derecede zengin, henüz el sürülmemiş yeni bir av gibi, bu eski dünya bir çırpıda ele geçirilecekti. Saccard, bu hazineyi seviyor, seziyor, savaş kokusu alan bir muhabere atı gibi kişniyordu” (s.71).*

Spekülatif girişimcilik fırsatı diğer bireylerin fikirsizliğinden, zaaflarından veya özel olarak tasarlanmış ürün veya hizmeti tercih etmelerinden ortaya çıkmaktadır. Girişimci diğer bireylerin bilgiye sahip olmadığının veya sahip olsa bile onlarda oluşan farkındalığın girişimciliğe neden olamayacağını, bu durumun ise kendisi için bir avantaj sağladığının farkındadır.

*“Saccard ağaçlar boyunca ilerleyerek, Notre-Dane-des Victoires sokağına doğru ağır ağır ilerliyordu... Bir otelin penceresinde, taşralı bir aile, çoluk çocuk, ağızlarını bir karış açmışlar, etrafı seyrediyorlardı. Saccard, gayriihtiyari başını kaldırıp bu adamlara bakmış, şaşkınlıklarına gülümsemiş, eyaletlerde daima hissedarlar bulunacağını düşünerek müteselli olmuştu” (s.21).*

*“Saccard inat etti, o tarassut ve tehdit mevkiinde ayakta durdu. Sütunlu galerinin boşalmasını, bütün o ateşli yorgun kalabalığın, aheste bir dağılıyla merdiven basamaklarını kaplayışını seyretti... İnsan selinin arkası kesilmiyordu; bu, istismar edilecek olan ezeli kalabalıktı, yarının hissedarlarıydı. Çünkü bu büyük hava oyunu lotaryasının önünden, orada olup biten işleri içlerinde pek az kimse kavrayabiliyordu” (s.45).*

Kirzner (1979) piyasada iki tür insan bulunduğunun altını çizer. Birincisi alternatif model kurgulanmasının peşinde olan ve girişimcilik davranışları gösteren kişilerdir. Diğeri ise tanımlanmış modellerden birini seçen ve bu çerçevedeki amaç ve araçlarla optimizasyonun peşinde olan kişilerdir. Bu ikinci tür kişiler tüketicilerdir. Ekonomik aktör olan tüketiciler Mises’in homo agens (Mises, 1990, Mises, 2003) yani zayıf, saf, hatta aptal, düşüncesiz ve kötü yönlendirilmiş kişiler olabilirler. Herkes kar için ince hesaplar içinde olan bir girişimci değildir. Homo agens olabilecekleri gibi tercih edilen haz, psikolojik veya dini bir durum tüketici birey için önemli bir karar kıstası da olabilir. Bu kişiler homo agens kapsamında da değerlendirilebilirler. Her ne kadar bilinçli tercih yapmış olsalar da homo economus açısından

değerlendirildiği zaman davranışları birer hata olarak görülecektir. Homo agens davranışının alt yapısında birçok neden bulunabilmektedir. Örneğin, Lee ve diğerleri yerel kültür özelliklerinin bireylerin spekülâtif yatırım ve harcama davranışları üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir (Lee, Pantzalis, & Park, 2019). Spekülâtif girişimci farkındalığı sayesinde hedefteki tüketiciler veya kaynak sahipleri için istediği davranışların ve tüketimin oluşması için piyasa kültürünün oluşmasını da sağlamaktadır. Girişimcilik sürecinin başında değil sonuna kadar farkındalık spekülâtif girişimcinin karar ve davranışlarının kaynağıdır.

*“Kontes Prensesin, kendisine Bank Üniversal’den nasıl bahsettiğini anlattı. Bu banka, dinle alakası olmayanların nazarında, şüphesiz, bütün öteki bankalar gibi bir kredi müessesesi idi, fakat erbabinca, itiraz kabul etmez öyle kutsi, öyle yüksek ve şerefli bir gayesi vardı ki, en koyu itikat sahiplerinin vicdanını bile susturacaktı. Kontes: Hâsıla efendim şimdiye kadar aleyhinde bulunduğum bir şeyi yapmaya karar verdim... Evet, paramı (kızının çeyiz parasını) işletmek, faizli bir işe yatırmak hiçbir zaman aklımdan geçmemiştir; eskimiş hayat telakkileri, bir parça budalalık haline gelmeye başlayan kuruntular...” (s.124).*

*“Saccard bir kere daha rikkate geldi, hatta biraz evvel Kontes, kızının çeyizini kendisine emanet ettiği zamankinden daha büyük rikkate geldi. Bu sade insan, Dejoie metelik metelik tırtıklararak para biriktiren ufacak sermayedar, inançlı, güvenli halkın, kalabalık ve sağlam müşterileri teşkil eden büyük halk tabakasının, bir kredi müessesesini yenilmez bir kuvvetle silahlandıran mutaassıp ordunun ta kendisi değil miydi? Bu adamcağız, henüz hiç neşriyat yapılmadan böyle koşup geldiğine göre, gişesi açıldığı zaman kim bilir ne olacaktı. Saccard, bu ilk küçük hissedara bakarak rikkatle gülümsüyor, bu işte, çok büyük bir başarının müjdesini görüyordu. (s.129). Dejoie, Saccard’ın karşısında el pençe divan duruyor, en ehemmiyetsiz sözlerini kehanet gibi karşılıyor, Saccard’ın orada bulunduğunu bildiği zaman, gizli düşüncelerini öğrenmek, Tanrının, mabedin derinliğinde neler söylediğini işitmek ihtiyacına karşı koyamıyordu” (s.188).*

Farkındalık girişimin düşünceden eyleme geçmesini sağlayan bir durum olmakla birlikte girişimcilik sürecinin tüm aşamalarında etkin olan ve içeriği sürekli güncellenen bir durumdur. Hatta girişimci teşebbüsünün sona erdirilmesi kararını yine farkındalığına dayalı olarak almaktadır.

## 4.2. Arbitraj

İçerik analizi kapsamında yapılan değerlendirmeye göre farkındalıktan sonra ikinci önemli faktör arbitrajdır. Spekülâtif girişimciliğin kaynağı başta fiyat olmak üzere piyasada birçok alanda bulunan ve arbitraj fırsatını sağlayan dengesizliklerdir. Bazıları hali hazırda var olan bazıları ise suni olarak oluşturulan bu dengesizlikler girişimciler için arbitraj fırsatını doğurmaktadır.

Spekülâtif girişimcilik kapsamında arbitraj finanstaki anlamı ile farklı pazarlardaki fiyat farklılıklarından kar sağlama gibi dar kapsamlı yaklaşmak yerine daha geniş anlamda ele alınmalıdır. Arbitraj finansal açıdan spekülâtif girişimci lehine olmaktadır. Arbitraj kaynağı yeni bir üretim veya hizmet sistemi olabileceği gibi ekonomik, dini, milli veya sosyal bir olgunun yansması, ekonomik faydaya dönüşmesi de olabilir. Spekülâtif girişimci diğer aktörlerin duyarlılıklarını ekonomik fayda sağlamak için kaldıraç olarak kullanarak fiyat veya maliyet avantajı sağlamaktadır. Bu yüzden arbitraj yalnız ürünün yüksek fiyattan satılması süreci için düşünülmemesi gerekir. Tüm girişimcilik süreci için geçerli bir durumdur. Örneğin girişimcinin hiçbir mal veya kaynağa süreç içinde sahip olmasına bile gerek yoktur. Yalnızca



diğer aktörlerin kendi fikrine yatırım yapmasını sağlaması yeterlidir (Kirzner, 2010). Bunun için girişimcinin yalnız kaldıraç görevi görecektir, arbitrajı sağlayacak bir neden göstermesi gerekir. Girişimci burada sahip olduğu farkındalıkla diğer bireyleri manipüle ederek girişim sermayesi de dahil olmak üzere diğer tüm kaynakları ucuza temin edilebilir. Bu sayede girişimci sıfır veya çok düşük maliyetle ihtiyaç duyduğu sermaye, arazi, fabrika hatta emek gibi üretim kaynakları elde edebilir (Casson, 2010).

*“Papanın, dini reisi ve hükümdar olarak Kudüs’te yerleşmesi, bütün dünyayı Hristiyanlarının hissedarı olmaktan şeref duyacakları bir banka tarafından desteklenmesi ne azametli bir hadisedir. Bu, o kadar güzel bir şeydi ki, prenses, bu fikrin asrın en büyük fikri, temiz süt emmiş, dini bütün her insanı heyecanlandırmağa layık fikir olduğunu söyledi... Bu iş kullanılırsa dünyayı yerinden kaldırılmasına imkân veren manivela idi! Saccard’ın yatırım teklifini reddetmişti, sahip olduğu milyonları fakirlere iade etmek, onlardan asla bir santim faiz almamak üzere ettiği yemine sadık kalmak kararındaydı... Bank Universal’i teşkil edilir edilmez, Prensesin konağında tesis etmeyi düşünmüştü... Prenses, önce, her türlü para muamelesine karşı duyduğu kini yüzünden, mal sahibi sıfatıyla, bu teklifi reddetmişti. İşin içine din karışınca, gayenin büyüklüğünden mütehasıs oldu, muvafakat etti. Bu Prenses d’Orviedo için son derece büyük bir müsaadekarlıktı” (s.109).*

Farkındalığa sahip spekülative girişimci diğer bireylerin öğrenmelerini de etkileyebilir. Spekülative girişimci malı veya hizmeti ile ilgili bilgiyi karşı tarafa gönderirken bilinçli olarak mesajı, örneğin kullandığı kelimeler, renk, fotoğraf veya müzik ile yine karşı tarafın öğrenmesini, kendisinin istediği yönde, seviyede farkındalık oluşturacak ve ürün veya hizmeti tüketmeye teşvik edecek şekilde düzenleyebilir (Kirzner, 1979). Yani spekülative girişimci girişimcilik sürecinin tüm aşamalarında diğer bireyleri manipüle edebilmekte, pazardaki diğer aktörleri uyarabilmektedir (Kirzner, 1999). Girişimci müşteri ve tedarikçilerini uzun dönemli yazılı veya psikolojik sözleşme ile bağlayabilmek için bile manipüle edebilmektedir. Bu sayede üretim maliyetlerini düşürüp ve müşteri sadakatini sağlayarak arbitraj fırsatını devam ettirebilir (Casson, 2010).

*“Saccard aradığı unvanı nihayet bulmuştu: Bank Üniversal kelimeleri, henüz karanlık olan odada, alevden harflerle yazılmış gibi, gözünün önünde birdenbire parıldamıştı... Bank Üniversal, sade, azametli, her şeyi içine alıyor, dünyayı kuşatıyor...” (s.79)*

*“Veznelerde şıkırdayan altın sesleri arasında göze çarpan şey, bir ciddiyet edası, belli belirsiz bir kilise cemağâhi eseri taşıyan bir eski zaman dürüstlüğüydü... Bankaya girildiği zaman, sofu bir eve girildiği hissi uyandırıyor... Başlangıç için, pek fena değil. Ailevi bir hal var. Adeta küçük bir kilise gibi. Saccard beklenmedik vaziyetlerden faydalanmayı prensip edinmiş olduğu için, binanın bu somurtkan görünüşü üzerinden işlemeye koyuldu, memurlarının genç rahipler gibi davranmalarını emretti, artık bankanın içinde, ölçülü bir sesle konuşulmaya, para alışverişi tam manasıyla papazca bir yavaşlıkla yapılmaya başladı” (s.139-140).*

Arbitrajı devam ettirmek isteyen spekülative girişimci kazandığı yeni bilgi ile yeni bir farkındalığa sahip olabilir. Bu değişim spekülative girişimciyi yeni arayışlara ve keşiflere yönlendirmektedir (Wadson & Casson, 2010). Saccard girişimcilik sürecinin başında banka merkezini mütevazı bir kilise gibi kurgularken, yeni yaptırdığı merkezi binayı küçük bir saray olarak, ihtişamlı bir ortam olacak şekilde inşa ettirmiştir. Bu tarz değişikliğinin amacı spekülative girişim sürecinde arbitraj fırsatının devamını sağlamaktır.

“15 Nisan 1876 tarihinde Saccard, Ünersalı Őahane bir tesisata kavuŐturmak için tasarladığı azametli binanın açılıŐ törenini yaptı. Binanın hem mabede hem de çalgılı kahveye benzeyen, süslerle bezenmiŐ cephesindeki aşırı lüks sokaktan geçenleri durduruyordu. Binanın içerisi ihtiŐam dolu idi, kasalarındaki milyolar, duvarlar boyunca pırl pırl yanıyordu. Kırmızı kadife kaplı, yaldızlı eşya ile döŐenmiŐ, bir opera salonu kadar muhteşem meclis odasına, merasim merdivenlerine çıkılıyordu. Her taraf halularla, örtülerle, göz kamaŐtırıcı zengin eşya dŐeli kalem odaları ile dolu idi. Hisse senetleri servisinin bulunduğu zemin katının duvarlarına, muazzam kasalar gömülmüŐtü; bölmeleri Şeffaf camlar gerisinde, içi perilerin hesapsız hazineleriyle dolu, masallardaki fiilar gibi dizilmiŐ fırın kadar derin ağızlarını açmıŐ bu kasaları halk griyordu. Sergiye doğru yola çıkan kralları ile beraber milletler de, oraya gelip gezebilirlerdi. Her Şey hazırdı, yeni banka binası, gözlerini kamaŐturmak, gpeğndz parıl parıl yanan altının mukavemet edilemez tuzağına birer birer yakalamak için onları bekliyordu. Saint-Lazare sokağındaki zemin katının huŐu loŐluđuna, manastır sessizliğine alışık müşteriler, katları gürültülerle dolu, aydınlık içinde yüzen Londres sokağındaki kŐaneye girdikleri zaman ne diyeceklerdi? Saccard, bu müŐterilerin hayranlıktan ve saygıdan donup kalacaklarını, beş frank yatırmaya gelenlerin, Őereflerini düşünerek, itimattan baŐları dönerek ceplerinden on frank çıkaracaklarını syliyordu. Nitekim haklı çıkan, aşırı Őatafat meraklısı Saccard oldu. Sakin mahallelerde oturan sofu kk irat sahipleri, Őimendiferden o sabah inmiŐ fakir köy papazları, kapının önünde, ağızları bir karış açık, hayran hayran bakıyorlar, bu bankaya para yatırdıkları için memnuniyetlerinden yüzleri kıpkırmızı kesilerek çıkıp gidiyorlardı” (s.235-236).

Saccard hatta arbitraj fırsatının devamı için birçok düzenleme ve araç planlamıŐtır. Örneğin bir Katolik Dünyasını temsil eden Esperance, diğeri saygın bir ekonomi gazetesi olan La Cote Financiere isimli iki gazeteyi satın almıŐ, hayatın önemli aktörlerinden din adamları ve kadınların haçlı seferlerinin birer Ővalesi gibi kutsal bir görev duygusu ile arbitrajın devamı için çalıŐmalarını sağlamıştır.

“Katolik cenahtan, Saccard’ın kardeşi maliye nazırının en acımasız eleŐtirenlerden, Papa ve Katolik yanlısı Esperance’yi satın alarak Jantrou isimli güvendiği bir gazeteciyi başına geçirmiŐti. Esperance’in müdürü olduğu, bizzat rakiplerinin bile ‘son derece edebi’ mahiyette olduğunu tasdik ettikleri itinalı ve süslü niversite diliyle siyasi makaleler yazdığı halde, Saccard’ın gizli ajanlığını, ince işlerini, özene bezene idare eden adamıydı. Birçok işleri arasında, Bank Universal adı etrafında geniş bir propaganda teŐkilatı kuran da o olmuştu. Kıyamet gibi intiŐar eden kk mali gazetelerden on kadarını seçmiŐ, satın almıŐtı... En hayasız propagandalara kapılıp milyonlar yağdıracak kadar cahili olan, her masala inanmağa hazır halk sürüsünün kara cehaletine karşı duydukları zeki iş adamı istihfafi seziliyordu” (s.176-179).

“Notre-Dame Kilisesi’nde büyük perhizin son günü bir vaiz, Karmel gümüş madenini ima eden sözler söylemiŐ, ‘bu maden Allah’ın imanlı Hıristiyan kullarına bir hediyesidir’ demiŐti” (s.239).

“Bilhassa kadınlar heyecanlı idiler... Yeni bir haçlı seferi başlamıştı. Pierre l’ermite’in ve Saint-Louis’in haçlılar tarafından baŐarılılamayan Asya’nın fethi iŐini, kk altın keseleriyle onlar deruhte ediyorlardı. Hepsi, iyi malumat almıŐ gibi gŐeriŐ yapıyorlar, önce Ankara’dan ve Halep’ten geçmek üzere Bursa ile Beyrut arasında açılacak olan ana hattı teknik tabirlerle anlatıyorlardı. Bundan sonra İzmir-Ankara iltisak hattı gelecek, daha sonra Erzurum ve Sivas’tan geçmek üzere Trabzon’la Ankara arasında bir hat yapılacaktır. Ondan

sonra da Şam'la Beyrut arasındaki hat dönecekti. Sözün burasına gelince gülümsüyorlar, göz kırıyorlar, fisıltı halinde seslerle, bütün bunlardan sonra bir başka hat daha çekileceğini söylüyorlardı. Ama bu, uzun zaman alacak, Beyrut'tan Kudüs'e... Garp, İran'ı, Hindistan'ı Çin'i de kazanmış olacaktı. Adeta güzel dudaklarından dökülen bir kelime ile halifelerin ele geçen hazineleri harika bir bin bir gece masasında şaşaalara saçıyordu. Ancak rüyalarda görülebilen neviden mücevherler, kıymetli taşlar Londres sokağındaki binanın kasalarına yağmur gibi yağarken Karmel gümüş madeninini buhurdan buram buram tütüyor, bu zarif ve buğulu tarihi kadim masallarından yapıma zemin taşkın kazanç iştahlarını lahutleştiriyordu. Böylece yeryüzü cenneti tekrar ele geçirilecek, mukaddes arz kurtarılacak, din, ta beşeriyetin beşiğinde galebe çalacaktı. Kadınlar, bunları söyledikten sonra susuyorlar, daha fazla bir şey söylemek istemiyorlardı, saklamaları gereken şey gözlerinde pırıldılar yapıyordu. Bu, kulağa bile söylenmezdi. Birçokları, bu söylenmeyecek şeyin ne olduğunu bilmiyorlar, biliyor gibi görünüyorlardı. Bu işin sırrı idi, belki asla vukua gelmeyecekti, belki de, günün birinde, yıldırım gibi patlayacaktı. Kudüs, Osmanlı padişahından satın alınarak, papaya verilecek, Suriye papaya ülke olacaktı; bir Katolik bankası, Merkad-ı İsa adı ile papalığın bütçesini sağlayacak, bu banka, papalığı, siyasi gaillelerden kurtaracaktı. Hâsılı, Katoliklik gençleşecek, mesuliyetlerinden sıyrılacak, yeni bir nüfus kazanacak İsa'nın can verdiği dağın tepesinden dünyaya hâkim olacaktı” (s.240-241).

Mises (2012) yöneticilerin sermaye kullanımında riskli davranışlar sergileyebileceğini belirtmiştir. Yalnız yöneticiler değil spekülâtif girişimci hem sermayeyi hem de diğer aktörleri (örgüt üyelerini, müşterileri, diğer örgütleri) riske atabilir. Her ne kadar girişimci olarak sorumlu kişi görülseler de üretim kaynaklarının sahibi olmazsa daha riskli kararlar verebilir. Alınan büyük riske karşılık kazanılacak yüksek kar spekülâtif girişimciler tarafından rekabetçi davranışlarının sonucu, farkındalıklarının ve aldıkları riskin ödülü olarak görülmektedir (Kirzner, 2001).

“Emek insanı yaşatamıyordu, yalnız yoksullarla budalalar çalışıyorlar, başkalarını besliyorlardı. Varsa yoksa hava oyunu idi; hava oyunu, bir gece içinde, bir çırpıda refah, debdebe, geniş hayat sağlıyordu, bütün bir hayat sağlıyordu” (s.44).

“Saccard: Bütün mesele rizikodadır, bir de gayenin büyüklüğünde. Azameti akillara hayret veren bir proje lazım; son derece büyük bir kazanç ümidi, ilk sermayeyi alıp götürmediği takdirde bir çırpıda on misline çıkaran piyango gibi bir kazanç ümidi lazım; o zaman ihtiraslar tutuşur, hayat sükün eder, herkes parasını getirip koyar, toprağı yeni baştan yoğurabilirsiniz. Bunda ne kötülük görüyorsunuz? Riziko, isteyerek girilen, sayısız insan arasında, herkesin servetine ve cüretine göre, ayrı ayrı ve mahdut miktarlarda taksime uğramış rizikodur. Kayıp olabilir, ama kazanç da vardır; iyi bir numara çekmeyi ümit edersiniz; ama fena bir numara çıkması ihtimalini de her zaman göze almak lazımdır; hem, beşeriyetin tesadüfî denemekten, her şeye onun kaprisi sayesinde erişmekten, hükümdar olmaktan, tanrı olmaktan daha inatçı, daha ateşli emeli yoktur! Gudermann: Makul olun canım... Mutlaka top atacaksınız, riyazi bir neticedir bu. Çünkü haddinden fazla heyecanlısınız, fazla hayalperestsiniz; sonra başkalarının parasını kullanarak iş yapınca, sonu daima fena olur” (s.113-114).

### 4.3. Öz Manipülasyon

İçerik analizi kapsamında yapılan değerlendirmede en az etkili olan faktör olarak görülmektedir. Fakat spekülative girişimcilik sürecinin kritik dönemlerinde öz manipülasyon ortaya çıktığı için sürecin devamını ve girişimcinin motive olmasını sağlamaktadır. Farkındalık veya arbitraj gibi sürekli aktif olan bir durum değil aksine kritik dönemlerde girişimcilik için hayati karar aşamalarında ortaya çıkmaktadır.

Girişimci farkındalığı ile bir vizyon kurgularsa girişimcilik süreci başlamış olur. Girişimcilik sürecinde girişimci birden çok değerlendirme yapmak ve karar vermek zorundadır. Farklı aşamalarda kontrol edilemeyen birçok faktör ve yüksek riski barındıran ortamda faaliyet göstermek hiç de rasyonel görülmez. Bununla birlikte girişimcilik sürecinde aldığı kararlarla dini, milli ve toplumsal değerlerle çatışma olasılığını kabul etmesi gereklidir (Uymaz, 2019).

Spekülative girişimci değerleri, inançları veya rasyonelitesi ile çatıştığı bazı karar ve davranışları rasyonelleştirme süreci yaşamaktadır. Rasyonelleştirme süreci sonucu tutumlar değişmekte, yeni karar ve davranışları destekleyici yeni tutumlar ortaya çıkmaktadır. Bu aşamada spekülative girişimci teşebbüsü başarılı olduğu zaman elde edeceği faydanın etkisi ile motive olmaktadır. Spekülative girişimci ‘bulan-yaratan-tutan’ (finder-creator-keeper) (Kirzner, 1973) ilkesinden yola çıkarak rasyonelleştirme ve meşrulaştırma kurgulamaktadır. Farkındalık ve girişimcilik olmadan bir kar oluşamayacağı için mülkiyetten daha önemli olan karı meşrulaştırmaktır. Öz manipülasyonda spekülative girişimcinin kendini kendini manipüle etmesi kadar motive etmesi de gerekir.

*“Kadının için için duyduğu heyecana, sesini titremesine Saccard bile şaşıtı. Kendisini, o zamana kadar, ancak aşırı derecede şairane heyecanlar duyduğu anlarda Kudüs'ten bahsediyor, esas itibariyle bu divanecce projeden kaçınıyor, bunda gülünç bir mahiyet seziyor, tasarısı alaya hedef olursa, kendisi de gülüp geçmeye, sarfınazar etmeğe hazır bulunuyordu. Kızını alıp gelen bu mübarek kadının acıklı müracaatı, kendisiyle bütün taallukatının, bütün asil Fransızların inanıp şevke geleceklerini anlatırken sesini aldığı derin ifade şiddetle dikkatini çekiyor, hülyadan ibaret bir fikre vücut veriyor, onun sahasını sonsuz derecede genişletiyordu. Demek ki, bu iş, kullanırsa dünyayı yerinden kaldırmasına imkân verecek bir manivela idi! Çok kolay intibak etme kabiliyetiyle, birdenbire, vaziyeti kavradı, sesiz sedasız takip edeceği bu nihai zaferden, o da esrarengiz tabirlerle bahsetti. Sözleri suzişli idi, gerçekten imana ermişti, papalığın, geçirdiği buhran yüzünden onun eline verdiği hareket vasıtasının mükemmelliğine iman ediyordu. Planlarının menfaati inanmayı icap ettirir ettirmez inanmak gibi mükemmel bir istidada sahipti” (s.124).*

*“Dejo ve kızı... Elli yaşlarında kadar, uzun boylu, sıksa bir adam gözüne ilişti; yabanlıklarını giymiş bir işçiye benzeyen bu adam yanında, narin ve solgun, on sekiz yaşında güzel bir kız vardı. Kızımın çeyizi için... ‘Zatâliniz büyük işlere girişiyormuşsunuz, dostlarınızla tanıdıklarınıza, dilediğiniz kadar kazandırabilecekmisiniz... Bizimle lütfen alakadar olsanız, bize hisse senedi vermeğe razı olsanız...’ Saccard bir kere daha rikkate geldi, hatta biraz evvel Kontes, kızımın çeyizini kendisine emanet ettiği zamankinden daha fazla rikkate geldi. Bu sade insan, metelik metelik turtuklayarak para biriktiren ufak sermayedar, inançlı, güvenli halkın, kalabalık ve sağlam müşterileri teşkil eden büyük halk tabakasının, bir kredi müessesesini yenilmez bir kuvvetle silahlandıran mutaassıp ordunun ta kendisi değil miydi? Bu adamcağız, henüz hiç neşriyat yapılmadan böyle koşup geldiğine*

*göre, gişesi açıldığı zaman kim bilir ne olacaktı. Saccard, bu ilk küçük hissedara bakarak rikkatle gülümsüyor, bu işte, çok büyük bir başarının müjdesini görüyordu. Parayı getirdim... Arandı, cebinden bir zarf çıkardı, Saccard'a uzattı. Saccard, bu son hareket karşısında, hayran, hiçbir şey söylemeden, kumildamadan duruyordu. O zamana kadar nice servetlerin hakkından gelen bu müthiş korsan, nihayet, bu inançlı adamı da zengin etmeyi, namusuyla kararlaştırdı. Saccard, o anda, bu iki zavallıya gerçekten servet kazandırdığına inanıyor, kendi üzerine ve etrafına yağacak olan altın yağmurundan, onlara da hisse ayırıyordu” (s.126).*

#### 4.4. Yüksek Kazanç Beklentisi

Spekülatif girişimci diğerlerinin sahip olmadığı farkındalığın ve aldığı risklerin sonucu olarak yüksek kazanç beklentisine sahiptir. Spekülatif girişimcilikte arbitraj fırsatı girişimciye daha büyük kar sunmakta ve bununla motive olmaktadır. Girişim başarılı olursa sağlayacak olduğu ekonomik fayda kendisi için büyük bir anlam ifade etmektedir. Kirzner (1979), pazarın bireylerin karar ve davranışları ile kendisini yenileyeceğini bu süreçte girişimcinin karını azami seviyeye getirmeye çalışacağını vurgulamaktadır. Spekülatif girişimci farkındalığı ile arbitraj fırsatını yakalamakta veya kurgulamaktadır. Bu fırsat veya kurgu sonucu yüksek kazanç beklentisi girişimcilik sürecinin en başından itibaren bulunmaktadır.

*“Üç sene içinde üç defa hisse senedi çıkartılmıştı, sermaye yirmi beş milyondan elli, yüz, yüz elli milyona fırlamış, mucizeli bir inkişaf müjdeleyen bir ilerleme kaydetmişti.” (s.251).*

Bunun için diğer girişimciler için önemli kriterler olan kazanılmış olan pazar payı, marka tanınırlığı veya sahip olunan müşteri güveni spekülatif girişimcilerin öncelikleri değildir. Spekülatif girişimcilerde girişimin başarılı olması, sürdürülebilirlik sağlanmış olsa bile en nihai hedef belirli bir seviyede finansal anlamlılıktır.

*“Bütün işler yolundaydı. Birleşik Gemiler Genel Kumpanyası'nın ilk bilançosu parlak olacağına benziyordu, yeni nakliye vapurları, mükemmel tesisatları ve daha fazla olan süratleri sayesinde yüklü hasılat yapıyorlardı. Gümüş madeni, şimdi orada, tam işletme halindeydi. O vahşi yer adamcıl olmağa başlıyordu. Vadinin şimalini tıkayan muazzam kaya yığınları altında kaynaklar bulunmuştu... Maden çıkarma makineleri, sabahtan akşama kadar harıl harıl işliyor, kamçılar şaklıyor, yük arabaları vızır vızır gidip geliyordu. Bursa ve Beyrut ilk demiryolu için İstanbul'daki tüm resmi muameleler bitmişti (s.291-220). Piyasanın (Bank Universal Hisse Senedini) üç bini bulması lazım, ihtiyacım var buna, mutlaka olacak!” (s.254).*

Hisse senedi üç bin altmış frangı bulmuştur.

Krizner (1979) ekonomik fayda olasılığının kişiyi motive ettiğini ve bu farkındalığa sahip kişilerde sürecin hızlandığını belirtmektedir. Hamelin projelerin fikir babası olarak ekonomik kazancından öte toplumsal faydasına odaklanırken Saccard girişimci olarak ekonomik fayda potansiyeline odaklanmaktadır. Saccard için önemli olan finansal hedefler için araç olarak gördüğü projelerin finansal hedeflerin gerçekleşmesine öncelikle hizmet etmesi gereklidir.

Girişimcilik sonunda elde edilecek olan ekonomik fayda, finansal hedefler birçok tutarsızlığın, çelişkinin, yeni tutum ve davranışların rasyonelleştirilmesini sağlamak ve onu motive etmektedir. Arbitraj fırsatının ortadan kalktığı farkına varan spekülatif girişimci kurduğu yapıyı devretmeye veya gerekirse yok etmeye de hazırdır. Spekülatif girişimci süreç

sonucunda sürdürülebilir bir yapı ortaya çıkmaya bile finansal hedefini gerçekleştirdikten sonra yeni bir fırsatın peşine düşer (Bruce, 2016).

*“Saccard aklına geldi. Onun Hollanda’da olduğunu, tekrar muazzam bir işe atıldığını, uçsuz bucaksız bataklıkları kurutmaya uğraştığını, karışık kanal tertibatı sayesinde, denizden adeta küçük bir ülke kazanmaya çalıştığını biliyordu. Saccard haklıydı. Para hala üzerinde yarınki beşeriyetin yetiştiği gübre idi. Zehirleyen ve tahrip eden para, her türlü içtimai mahsulün mayası, hayatı kolaylaştıran büyük işlerin zaruri özü, toprağı idi” (s. 416).*

#### 4.5. Girişimcilik Sürecinde Arbitrajdan Dengeye Geçiş

Farkındalık seviyesi yüksek olan spekülative girişimci diğer aktörlerin göz ardı ettiği ekonomik gelişmeleri öngörür. Ayrıca tüketicilerin ihtiyaçlarını, ürün ve hizmetlerin eksikliklerini veya piyasadaki açığı, fiyat dengesizliğini teşhis edebilmektedir. Bu eksiklik ve dengesizlikler spekülative girişimcilik sürecinde karın habercisidir. Yeni bir ürün veya hizmet ile kendisine yeni pazar oluştururken piyasadaki ürün ve hizmetler açısından mevcut dengeleri bozabilmektedir. Dengeyi bozduğu gibi kar için arbitraja izin veren dengesizliği korumak spekülative girişimci açısından bir motivasyon nedenidir.

Girişimciliğin olduğu pazarda rekabetin olmaması imkânsızdır. Zaten girişimciliğin olabilmesi, gelişebilmesi için piyasaya giriş serbestliği olmalıdır (Kirzner, 1973). Serbest piyasadaki kar fırsatı ve başarı diğer aktörlerin de farkındalığını geliştirecektir. Farkındalık yalnız diğer girişimci adaylarının değil devlet, dernekler, rakip firmalar gibi birçok aktörün de dikkatini çekmektedir. Çünkü girişimcilik ekonominin itici gücü olmasından dolayı mikro düzeyde ekonomik analizin ve raporun merkezinde yer almaktadırlar (Spulder, 2009; Kirzner I. M., 2011). Hazırlanan raporlar ile girişimcilerin dışındaki diğer aktörlerde yani rakiplerde, piyasada düzenleyici olan kamu ve özel örgütlerde farkındalık oluşturulabilir. Farkındalık oluşan diğer aktörler piyasada tekrar dengeyi oluşturmaya yardımcı olmak için harekete geçerler.

*“Gundermann başkalarının milyonları ile dolap çeviren Saccard gibi, kahramanca savaşlar açıp galebe çalmayı, ücretle tedarik edilip kendi emrine verilmiş altınlar sayesinde, kendi hesabına koskoca bir ganimet kazanmayı tahayyül eden bir hava oyuncusu, bir macera serdari değildi. Bir asırdan daha az zaman içinde, bir milyarlık muazzam bir servet doğmuş, tasarruf sayesinde, aynı zamanda hadiselerin de yardımı sayesinde... Keskin bir zekânın, ısrarlı çalışmanın hep aynı hedefe yönelmiş basiretli ve yılmaz bir gayretin de bunda yardımı vardı. Saccard Gundermann’a giderken binanın geniş taş merdiveni, halkın mütemadi gidiş ve gelişinden aşınmış, eski kilise eşliğinden de fazla aşınmış basamakları çıkarken içinde, bu adama karşı yenedemediği bir kinin yükseldiğini duyuyordu” (S.90).*

*“Gundermann bu patırtıcı Bank Universal’ı piyasayı bu kadar çabuk kaplayan, yüksek Yahudi bankacılığı karşısında bir tehdit gibi yükselen bu Universal’ı bir omuz vurup yere devirmek için, onun, kendiliğinden çatlayıp yarılmasını, soğukkanlılıkla bekliyordu. Gundermann Bank Universal hisselerinde düşük fiyat üzerinden işe girişmek için bekliyordu. Hâkim olan şey, sadece mantıktı, her işte olduğu gibi, hava oyununda da, hakikat en büyük kudretti. Fiyatlar hadden aşırı yükselince tekerlenirdi. O zaman, fiyat düşüklüğü, riyazi bir nispette başlayacak, kendisi, sadece, yaptığı hesabın gerçekleştiğini uzaktan temaşa edip kazancını cebe indirecekti. Savaşa gireceği zamanı daha şimdiden kestirmişti. Universal hisselerinin bin beş yüz franga yükseleceği anı tarih olarak tespit etmişti. Bin beş yüze çıkınca önceden tespit ettiği bir plan gereğince, her likidasyonda, önce azar azar, sonra daha fazla Universal satmaya başladı. Bu patırtıcı Universal’ı, piyasayı bu kadar çabuk kaplayan,*

*yüksek Yahudi bankacılığı karşısında bir tehdit gibi yükselen bu Universal'ı bir omuz vurup yere devirmek için, onun, kendiliğinden çatlayıp yarılmasını soğukkanlılıkla bekliyordu. Hatta Saccard'ın tahayyül ettiği konağı, eseri olan müesseseyi muhteşem bir şekilde içine yerleştireceği kâşaneyi kurmak üzere yıkmayı tasarladığı Londres sokağındaki köhne binayı satın alabilmesini gizlice sağlayan da Gundermann olmuştu” (s.207).*

Örgütlerin toplum içinde en önemli fonksiyonlarından biri sosyal yapı içinde ilişkilerin dengeli olmasını sağlamaktır (North, 1990). Örgütler toplum içindeki ilişkilerin hem bireyler hem de toplum için sağlıklı olmasını hedeflerler. Özellikle kanun ile tanımlanmış düzenleme hakkı olan örgütler dengenin kurulmasını ve korunmasını sağlamak için harekete geçebilirler. Spekülatif girişimcilik sürecinde en önemli nokta girişimcinin nasıl bir piyasa kurgusu içinde faaliyet gösterdiğini, mevcut şartları ve ne tür bir güç ile hangi kaynağı etkileyebileceğini anlamasıdır (Bruce, 2016).

*“Saccard'ın söylediği bir söz, mecliste ağızdan ağıza dolaşıyordu. Saccard, imparatora derin bir muhabbet beslemekte olmasına rağmen, ihtilal ruhunun, Fransa'yı felaketlere sürüklemesine göz yummaktansa, beşinci Henri'nin gelmesine razı olacağını söylüyordu. Sonra, kazançlarıyla beraber cüretkârlığı da arta arta, yüksek Yahudi bankacılığı adına Gundermann'ın şahsına hücum etmek planı kurduğunu, onun milyarlarına gedik açmağa, hücumla zapta kadar ileri gitmeye karar verdiğini gizlemez oldu. Bank Üniversal, mucize kabilinden bir süratle büyümüşü. Tekmil Hıristiyanlık âleminin destekleyeceği bir müessese, daha birkaç sene geçtikten sonra, borsanın mutlak hâkimi neden olmayacaktı?” (s.264).*

Fransız devleti uzun yıllardır piyasanın hâkimi Yahudi bankerlerini tercih etmiş ve piyasayı eski dengesine getirmek için bir Fransız ülkücünün projesi olan ve kendisine Doğu'yu vadeden Bank Universal'a karşı harekete geçmiştir.

*“Bank Üniversal o kadar büyümüşü ki piyasadaki diğer aktörleri ve devleti de değiştirmeye aday görünüyordu. Rougon (Saccard'ın kardeşi, dönemin nazırlarından) Roma'dan himaye gören, endişe verici bir kuvvet haline gelen bu Bank Universal'ı silkip atmak olacaktı. Nihayet kabine arkadaşı maliye nazırının kendisine verdiği gizli bir haber, kararı üzerinde en büyük amil olmuştu. Bir istikraz akdetmek üzere bulunan nazır, Gundermann'la teknil öteki Yahudi bankerleri gayet çekingen görmüşü. Bunlar, piyasa, böyle macera adamları eline bırakılmış, kendileri için kararsız bir halde kaldıkça, sermayelerini dökmeyeceklerini ihsas etmişlerdi. Gundermann galebe çalıyordu. Borsanın kralı olurlarsa dünyaya da hâkim olacak olan Papa hükümeti tarafından Katoliklere, hükümranlıkları zaten kabul edilmiş bulunan altın kralı Yahudileri tercih etmek lazımdı... Rougon mademki silkip atıyordu, Saccard mahvolmuş demektir. Saccard tevkiif edilecek ve Bank Üniversal, öldürücü bir darbe yiyecetti” (s.352-353).*

Piyasada denge sağlama için aktörlerin piyasaya müdahale etmeleri yıkıcı bir domino etkisi yaratabilir. Piyasanın dengesi sağlanırken olası dalgalanmada birçok birey ürün veya hizmetin arzı, talebi ve fiyatı hakkında bilgiye sahip olacaktır. Hatta başka bir alanda uzman olan kişilerin piyasadaki yeni arbitrajın ve kar fırsatının farkına vardığı zaman girişimciye dönüştüğü, yatırım yaptıkları gözlenmiştir (Earl, Peng, & Potts, 2007).

*“Gundermann, iflasın derhal ilan edilmesini önlemek üzere, yardıma ilk koşanlardan biri olmuştu. Komşunun evine kundak sokmağa mecbur olup, sonradan, mahalle baştanbaşa yanıp kül olmasın diye, kova kova su taşımaya koşan bir kimse gibi, büyük bir işgüzarlık göstermişti...” (s.349).*

Aktörlerin müdahaleleri ile arbitraj fırsatı ortadan kalkıp, piyasada denge tekrar kurulabilir. Piyasanın geçici de olsa dengelenmesi bir yerde engellenmez. Bu denge durumu, piyasada herşeyin mükemmelleştiği, belirsizliklerin ortadan kalktığı, ideal kaynak dağılımı sağlanmasıyla uzun dönemli istikrarın kazanıldığı bir durum değildir (Kirzner, 2010). Dengeye ulaşmış bir piyasanın da bozulması engellenemez. Çünkü denge ortamında arbitraj fırsatının anlık ortadan kalkması, piyasada fırsatların sona erdiği anlamına gelmemektedir. Aynı zamanda hem dengeye hem de dinamizme sebep olan arka plandaki güç, girişimcilik de kaynak olan farkındalıklar, keşiflerdir (Kirzner, 1997). Dengenin sağlanması, arbitrajın bitmesi veya tehlikeye girmesi girişimcilere engel teşkil etmemekte aksine yeni fırsat arayışlarına teşvik etmektedir.

## 5. DEĞERLENDİRME

Roman serbest piyasa ekonomisi içinde finansal anlamlılığa sahip olan herşey gerçektir ve sisteme hizmet ettiği sürece meşrudur mesajını vermektedir. Birçok kişi tarafından sanal olan bir şey bir girişimci tarafından gerçeğe dönüştürülebilir. Bu durumun tek kriteri girişimcinin finansal anlamlılık oluşturabilme becerisi ile doğru orantılıdır. Serbest piyasa ekonomisi kendisine hizmet edildiği sürece avcı olmanıza izin verirken, kontrolsüz güce dönüştüğünüz anda av olmanızı sağlayabilmektedir. Hatta birey bazında kontrolsüz güce dönüşen girişimcileri öldürmeyip disipline ettiği; sonrasında Saccard'ın Hollanda'da yeni girişime başlamasına izin vermesine karşılık, serbest piyasa düşmanı komünizm romanda Marx'ı temsil eden yahudi bir tefecinin verimli kardeşi Sigmond şahsiyetinde öldürülmektedir. Serbest piyasaya hizmet eden ve finansal anlamlılığı bulunan her proje değerlidir mesajı verilmektedir. Hamelin ve Saccard gibi idealist insanlar olmasaydı serbest piyasa dünyanın hakimi olamazdı. Onlar öncelikle emperyalizmin sonra serbest piyasanın temsilcileridir. Romandaki spekülative girişimcilik emperyalizm ve serbest piyasa idealizmi ile harmanlanmış oportünizmdir.

Saccard şahsında ve onun kurguladığı spekülative girişimcilik süreci örneği incelendiği zaman ise, içerik analizi kapsamında araştırmacı diğer değerlendiricilerin kodlamaları sonucu ön plana çıkan en önemli boyut girişimcinin farkındalığı olduğudur. Farkındalık girişimciliğin kılıvcım anı, kalkış noktası olmakla birlikte tüm süreç için gerekli bir durum olduğu görülmektedir. Öncelikle spekülative girişimci arbitraj fırsatını sağlayacak piyasadaki açıklığı ve dengesizliği keşfetmesi gerekir. Bunu keşfettikten sonra farkındalığın devamı girişimcilik sürecinin devamı için önemlidir. Çünkü girişimcilik süreci ile ilgili diğer aktörler, özellikle tüketiciler ve piyasa koşulları gibi değişkenler dinamik bir yapıya sahip oldukları için girişimci sürekli değişime uyum sağlamak zorundadır. Yönetemediği birçok faktörün bulunduğu süreçte farkındalığı ile riskleri yönetmeli, proaktif kararlar alabilmesi ve davranabilmesi için farkındalığının piyasadaki beklentileri karşılayabilecek düzeyde olması gereklidir. Çünkü arbitraj için gerekli şartların devamını sağlayabilmesi buna bağlıdır.

Spekülative girişimcilik sürecindeki ikinci önemli faktör arbitrajdır. Farkındalığı ile piyasadaki açıklığı ve dengesizliği fark eden Saccard toplumda bulunan dini duyarlılığı bir kaldıraç olarak kullanmıştır. Daha önce faiz dolayısıyla bankacılık sistemi içinde bulunmayan birçok dindar insana verdiği, papalığa dolayısıyla dine hizmet etme fırsatı ile hem bu dünyası hem de ölümden sonraki dünyası için yapacakları yatırım fırsatı ile kişilere bir neden kurgulamıştır. Hedef kitlesini ikna etmeye çalışmamış, yatırımcı olarak bankacılık sistemine karşı olumsuz tutumu olan kişiler yatırımcı olmak için kendileri ayaklarıyla, gönüllü olarak gelmiştir. Saccard spekülative girişimci olarak hedefindeki kişilere bir neden verirken ve girişimi



kapsamındaki kültürün de bunu destekleyici hale getirmesiyle birçok kişi homo agensa dönüşmüştür. Mühendislik konularında uzman olmasa bile farkındalığı ile girişimcilik sürecini başlatmıştır. Fakat insan psikolojisi ve finans alanındaki uzmanlıkları ile kaldıracı olarak kullanabileceği hassasiyeti tespit etmiş ve arbitraj için bunu kullanmıştır. Arbitrajın devamı spekülâtif girişimci açısından yüksek ekonomik faydanın devamı, ortadan kalkması ise piyasanın dengeye kavuşması, kar oranının azalması olarak görülmektedir. Spekülâtif girişimcilik için önemli nokta arbitrajın devamıdır.

Romanda yüksek kazanç beklentisi her ne kadar söz ile çok az söylenmiş olsa da spekülâtif girişimci davranışları ile finansal hedeflerin önemli ve yüksek kar beklentisinin olduğunu ifade etmektedir. Saccard'ın girişimcilik sürecinde kurduğu şirketlerin ürün ve hizmetlerini müşteriler tercih etmiş, önemli bir pazar payı elde etmiş ve hatta bilançolarında kar açıklanmıştır. Girişimcilik süreci açısından uzun vadeli bir büyüme trendi yakalandığı görülmektedir. Bu başarılı şirketlerin yanında yeni şirketler için ise kuruluş izinleri alınmış faaliyete geçmemeleri için hiçbir neden kalmamıştır. Spekülâtif girişimci Saccard için yatırım sermayesini karşılayabilmek için kurduğu ve kendisinin yönettiği Bank Universal üzerinden belirlediği finansal hedefler daha önemli olmuş, dolayısıyla diğer şirketlerin başarıları ve uzun dönemli faaliyet gösterebilme özellikleri ikinci plana atılmıştır. Hatta projeler arbitrajın devamı ve finansal hedefleri gerçekleştirmek için birer araç olarak görülmüşlerdir. Burada önemli olan spekülâtif girişimcinin hedefleridir, diğer herşey bu hedefleri gerçekleştirmeye hizmet etmelidir. Örgütün, üyelerinin, yatırımcıların hedefleri öncelikli değildir. Girişimcilik sürecinde verilen kararların değerlendirme kriteri, referans noktası girişimcinin finansal hedefidir. Girişimci başarılı olduğu zaman diğer aktörlerde fayda sağlayacaktır düşüncesi hakimdir ve bu düşünce öz manipülasyona alt yapı oluşturmaktadır.

Öz manipülasyon diğer faktörlere göre baskın bir değişken olmamakla beraber spekülâtif girişimcilikte önemli kırılma anlarında girişimcinin motivasyonu için önemli bir rol oynamaktadır. Saccard projenin ve barındırdığı risklerin büyüklüğünden dolayı tedirgin olmuştur. Ama hem büyüklüğü hem de riskleri onu motive etmektedir. Çünkü diğerleri farkında değildir ve hesapsız derecede zengin, henüz hiç el sürülmemiş bir avı, eski dünyayı bir çırpıda ele geçirme fırsatı yakalamıştır. Süreç içinde ise hedef kitlenin projeleri büyük bir tutku ile sahiplenmesi ve desteklemesi sonucu kendisi de mutmain olmuş, karar alırken yatırımcılarını dikkate almazken, kendisine hizmet eden kararları ile onlara da ne kadar büyük bir hizmette bulunduğu ve onların lehine kararlar aldığına kendisinde inanmıştır. Bu durumu pekiştiren ise ilk başarıdan yatırımcıların kendisini keramet ehli sanması ve öyle davranması olmuştur. Bu tutum spekülâtif girişimci Saccard'ı daha da cesaretlendirmiştir.

Girişimciler geçmişte ve günümüzde hem piyasada hem de toplumda büyük değişikliklere neden olabilecek işler yapmışlardır. Birçok girişimci piyasayı şekillendirirken mevcut piyasa dengesini bozmuş, bazı örgütlerin yıkılmasına yok olmasına sebep olmuştur. Girişimcilik süreci ortaya çıkan örgütler, ürünler ve hizmetlerin bireylerin hayatı üzerinde etkisi olduğu gibi toplumun yapısı ve kültürünü de derinden etkilemektedir. Saccard'ın girişimi ile kurulan Bank Universal piyasada var olan dengeyi bozmuştur. Belli bir başarı ve büyüklüğe ulaştığı zaman ise birçok aktör için tehdit olmaya başlamıştır. Bunun üzerine piyasa aktörleri devlet ve rakipleri dengenin tekrar sağlanması için harekete geçmiştir. Spekülâtif girişimci Saccard'ın bankası batmış, kendisi sürgün edilmiştir.

Sanki Zola yüzyıl öncesinden en azından Türkiye'de nelerin olabileceğini öngörmüş ve uyarılarını yapmak için romanı kaleme almıştır. Saccard gibi birçok spekülâtif girişimci

çıkması, Hamelin gibi birçok ülkücü ise bir yanda ülkesine hizmet etmek bir yan da toplumsal refahı sağlamak için projeler geliştirmiş, birçok kişi ise bu projelere hem bu dünyasını hem de öbür dünyası gözeterek yatırım yapmıştır. Spekülatif girişimcilik kapsamında tarihin tekrar edeceği ise kaçınılmaz bir gerçektir.

## KAYNAKÇA

- BACQ, S. HARTOG, C., & HOOGENDOORN, B. (2016, 133). Beyond the moral portrayal of social entrepreneurs: An empirical approach to who they are and what drives them. *Journal of Business Ethics*, 703-718.
- BRUCE, R. (2016, July 19). Are you a fundamental or speculative entrepreneur? *Forbes*: <https://www.forbes.com/sites/robinbruce/2016/07/19/are-you-a-fundamental-or-speculative-entrepreneur/#74c875bf7a3d> adresinden alındı
- CASSON, M. (2010). The economic theory of entrepreneurship: An overview. M. Casson içinde, *Entrepreneurship: Theory, Networks, History* (s. 13). Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing Limited.
- de MONTHOUX, P. G. (2015). Art, philosophy, and business: turns to speculative realism in European management scholarship. *European Management Journal*, 33, 161-167.
- de MONTHOUX, P. G. & Joerges, B. C. (1994). Introduction. B. C. Joerges, & P. G. de Monthoux içinde, *Good Novels, Better Management: Reading Organizational Realities* (s. 9). Chur, Switzerland: Harwood Academic Publishers.
- DEW, N. READ, S. SARASVATHY, S. D. & WILTBANK, R. (2015). Entrepreneurial expertise and the use of control. *Journal of Business Venturing Insights*, 4, 30-37.
- EARL, P. E. PENG, T.-C. & POTTS, J. (2007). Decision-rule cascades and the dynamics of speculative bubbles. *Journal of Economic Psychology*, 28, 351-364.
- GORMAN, M. & SAHLMAN, A. W. (1989). What do ventures capitalists do? *Journal of Business Venturing*, 4 (4), 231-248.
- GUNTER, F. R. (2012). A simple model of entrepreneurship for principles of economics courses. *Journal of Economic Education*, Vol. 43, No. 4, 1-11.
- KINCAL, R. Y. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel.
- KIRZNER, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.
- KIRZNER, I. (1979). *Perception, Opportunity, and Profit*. Chicago: The University of Chicago Press.
- KIRZNER, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35, (1), 60-85.
- KIRZNER, I. (1999). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11, 5-17.
- KIRZNER, I. (2001). Piyasa süreci teorisi: Tarihsel gelişim. *Liberal Düşünce*, 21, 73-85.
- KIRZNER, I. (2010). Mises ve onun kapitalist sistem anlayışı. *Liberal Düşünce*, 59-60, 7-20.

- KIRZNER, I. M. (2011). *Market Theory and The Price System*. Indianapolis, Indiana: Liberty Fund.
- KOELLINGER, P. MINNITI, M. & SCHADE, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28 (4), 502-527.
- LEE, S. PANTZALIS, C. & PARK, J. C. (2019). Does local culture trigger speculative investment behavior? *Journal of Business Research*, 103, 71-88.
- MILLER, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science* 29(7), 770-791.
- MISES, L. (1990). *Money, Method, and the Market Process*. Alabama, USA: Ludwig von Mises Institute.
- MISES, L. (2003). *Epistemological Problems of Economics*. Alabama, USA: Ludwig von Mises Institute.
- MISES, L. (2012). *Human Action: A Treatise on Economics*. Connecticut, USA: Martino Fine Books.
- MURRAY, R. N. (2018, Kasım 15). *Entrepreneurship: Kirzner vs. Mises*. <https://mises.org:https://mises.org/wire/entrepreneurship-kirzner-vs-mises> adresinden alındı
- NORTH, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. New York: Cambridge University Press.
- ÖZEL, M. (2018). *Roman Diliyle Siyaset*. İstanbul: Küre Yayınları.
- ROBSON, C. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- SCARLATA, M. & ALEMANY, L. (2010). Deal structuring in philanthropic venture capital investments: Financing instrument, valuation and covenants. *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 121-145.
- SHANE, S. & VENKATARMAN, S. (2000). Promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- SPULDER, D. (2009). *The Theory of The Firm*. New York: Cambridge University Press.
- STENBERG, R. & WENNEKERS, S. (2005). Determinants and effects of new business creation using Global Enterpreneurship Monitor data. *Small Business Economics*, 24 (3), 193-203.
- Türk Dil Kurumu. (2019, Aralık 4). *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*. Türk Dil Kurumu: <https://www.sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- UYMAZ, A. O. (2019). Spekülatif girişimcilik. *Alanya Akademik Bakış*, 3, (3) , 231-236.
- WADESON, N. & CASSON, M. (2010). *The discovery of opportunities*. M. Casson içinde, *Entrepreneurship: Theory, Networks, History* (s. 42). Massachusetts,USA: Edward Elgar Publishing .

- WALES, W. VISHAL, G. & MOUSA, F. T. (2016). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, 357-383.
- YILDIRIM, A. & ŞİMSEK, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- ZOLA, E. (1947). *Para*. İstanbul: Güven Yayınları.
- ZOLA, E. (2018). *Therese Raquin*. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

# Market Integration of Sesame Seeds in South Asia

(Research Article)

*Güney Asya 'da Susam Tohumu Marketi Bütünleşmesi*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.646546

**M. S. SADIQ**

*Department of Agricultural Economics and Extension, FUD, Dutse, Nigeria*

[sadiqsanusi30@gmail.com](mailto:sadiqsanusi30@gmail.com)

Orcid No: 0000-0003-4336-5723

**I. P. SINGH**

*Department of Agricultural Economics, SKRAU, Bikaner, India*

Orcid No: 0000-0002-1886-5956

**M. M. AHMAD**

*Department of Agricultural Economics, BUK, Kano, Nigeria*

Orcid No: 0000-0003-4565-0683

**How to cite this article:** Sadiq, M.S. Singh I.P. & Ahmad, M.M. (2020).Market Integration of Sesame Seeds in South Asia. Alanya Academic Review, 4(1), Page No. 143-155.

## ABSTRACT

### Keywords

Price, Integration,  
Market, Sesame,  
South-Asia

Received: 13.12.2019

Accepted: 24.01.2020

The present research empirically determined the spatial price linkage of South-Asia exporting sesame seeds markets with the importing market using annual producer's price sourced from FAO database. The analytical techniques used to achieve the stated objective were descriptive and inferential statistics. The empirical findings showed that the selected markets were not autarkic as price information was efficiently transmitted across the geographical far apart markets. Furthermore, the traders effectively responded to price innovation or shock in order to maintain price equilibrium in their respective markets. Evidence showed that hike in low-quality prices would be relatively less reflected in Bangladesh and Pakistan markets. Thus, the study recommended network design for sesame producer's markets across the region at an almost equal distance from each other to enhance integration and better price communication among the exporting and importing economies.

## 1. INTRODUCTION

Efficient functioning of markets is an essential prerequisite for sound marketing systems that provide remunerative prices to the farmers/producers as well as provide goods at reasonable prices to the innumerable consumers (Singh, 2014). One of the common indicators of an efficient functioning of markets is the existence of a high degree of integration between them (Wani et al., 2015). The existence of integration in the markets influences the conduct of the firms in the markets and consequently the marketing efficiency (Praveen and Inbasekar, 2015).

The analysis of price movement of a commodity in the corresponding and linked markets helps in judging the extent of efficiency of the marketing system in the region for the selected crops (Singh, 2014). The ultimate objective of planners and policymakers in the field of agriculture marketing is to develop efficient markets for the agricultural product produced by the farmers of a region. If farmers can get remunerative price for their produced commodity, they will have the tempo of incentive for increased production.

The present structure of the agricultural marketing system prevailing in South-Asia may not be conducive for improving marketing efficiency of sesame seeds. Poor marketing infrastructures and paucity of information dissemination act as barriers for better market integration of sesame product in Asia. Price signals transmitted by non-integrated markets would mislead producers' on marketing decisions, thus resulting in inefficient commodity movement.

Considering the importance of the information evolving out of market integration studies, an attempt was made to discern the status of market integration among the South-Asia sesame seed exporting economies and the importing global economy. The broad objective of the research was to determine the market integration of sesame exporting and importing economies, while the specific objectives were to determine the extent and degree of spatial price integration; to predict the future sesame seed prices; and, to determine price volatility of sesame seeds in the selected markets.

## 2. RESEARCH METHODOLOGY

Annual sesame producer's price series data for exporting economies: India (ISM), Pakistan (PSM) and Bangladesh (BSM); and importing economy viz. China (CSM) spanning from 1991 to 2015 sourced from FAO database were used. The data analysis was performed using descriptive and inferential statistics. The first and second objectives were achieved using the unit root tests, Johansen cointegration test and Vector Autoregressive model (VECM); and, the last objective was achieved using the GARCH model.

### *Empirical model*

#### *1. Augmented Dickey-Fuller test*

Following Sadiq *et al.* (2017) the autoregressive formulation of the ADF test with a trend term is given below:

$$\Delta P_t = \alpha + P_{t-1} + \sum_{j=2}^{it} \beta_j \Delta P_{it-j} + \varepsilon_t \quad (1)$$

Where,  $P_{it}$  is the price in market  $i$  at the time  $t$ ,  $\alpha$  and  $\Delta P_{it} (P_{it} - P_{t-1})$  is the intercept or trend term.

#### *2. Johansen's co-integration test*

Following Johansen (1988) the multivariate formulation is specified below:

$$P_t = A_1 P_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

So that

$$\begin{aligned} \Delta P_t &= A_1 P_{t-1} - P_{t-1} + \varepsilon_t \\ P_t &= (A_1 - 1) P_{t-1} + \varepsilon_t \\ \Delta P_t &= \prod P_{t-1} + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (3)$$

Where,  $P_t$  and  $\varepsilon_t$  are  $(n \times 1)$  vectors;  $A_t$  is an  $(n \times n)$  matrix of parameters;  $I$  is an  $(n \times n)$  identity matrix, and  $\prod$  is the  $(A_1 - 1)$  matrix.

Using the estimates of the characteristic roots, the tests for the number of characteristic roots that are insignificantly different from unity were conducted using the following statistics:

$$\lambda_{trace} = -T \sum_{i=r+1}^n \ln(1 - \lambda_i) \tag{4}$$

$$\lambda_{max} = -T \ln(1 - \lambda_i + 1) \tag{5}$$

Where,  $\lambda_i$  denotes the estimated values of the characteristic roots (Eigen-values) obtained from the estimated  $\Pi$  matrix, and  $T$  is the number of usable observations.

**3. Granger causality test**

Following Granger (1969) the model used to check whether market  $P_1$  Granger causes market  $P_2$  or vice-versa is given below:

$$P_t = \alpha + \sum_{i=1}^n (\phi P_{1t-i} + \delta_i P_{2t-i}) + \varepsilon_i \tag{7}$$

A simple test of the joint significance of  $\delta_i$  was used to check the Granger causality i.e.

$$H_0 : \delta_1 = \delta_2 = \dots \delta_n = 0.$$

**4. Vector error correction model (VECM)**

The VECM explains the difference in  $y_t$  and  $y_{t-1}$  (i.e.  $\Delta y_t$ ) and it is shown below (Sadiq *et al.*, 2016a; Sadiq *et al.*, 2016b):

$$\Delta y_t = \alpha + \mu(y_{t-1} - \beta_{xt-1}) + \sum_{i=0}^{t-1} \delta_i \Delta x_{t-1} + \sum_{i=1}^{t-1} \gamma_i \Delta y_{t-1} \tag{8}$$

It includes the lagged differences in both  $x$  and  $y$ , which have a more immediate impact on the value of  $\Delta y_t$ .

**5. Impulse response functions**

The generalized impulse response function (GIRF) in the case of an arbitrary current shock ( $\delta$ ) and history ( $\omega_{t-1}$ ) is specified below (Rahman and Shahbaz, 2013; Beag and Singla, 2014) :

$$GIRF_Y(h, \delta, \omega_{t-1}) = E[Y_t + h | \delta, \omega_{t-1}] - E[Y_{t-1} | \omega_{t-1}] \tag{9}$$

**6. Forecasting accuracy**

For measuring the accuracy in fitted time series model, mean absolute prediction error (MAPE), relative mean square prediction error (RMSPE), relative mean absolute prediction error (RMAPE) (Paul, 2014), Theil's U statistic and  $R^2$  were computed using the following formulae:

$$MAPE = 1/T \sum_{i=1}^5 (A_{t-1} - F_{t-1}) \tag{10}$$

$$RMPSE = 1/T \sum_{i=1}^5 (A_{t-1} - F_{t-1})^2 / A_{t-1} \tag{11}$$

$$RMAPE = 1/T \sum_{i=1}^5 (A_{t-1} - F_{t-1}) / A_{t-1} \times 100 \tag{12}$$

$$U = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^{n-1} \frac{(\hat{Y}_{t+1} - Y_{t+1})^2}{Y_t}}{\sum_{t=1}^{n-1} \frac{(Y_{t+1} - Y_t)^2}{Y_t}}} \tag{13}$$

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (A_{ti} - F_{ti})}{\sum_{i=1}^n (A_{ti})} \tag{14}$$

Where,  $R^2$  = coefficient of multiple determination,  $A_t$  = Actual value;  $F_t$  = Future value, and  $T$  = time period

### 7. GARCH model

The representation of the GARCH ( $p, q$ ) is given as:

$$Y_t = \alpha + \beta_1 Y_{t-1} + \beta_2 Y_{t-2} + \varepsilon_t \text{ (Autoregressive process)} \quad (15)$$

And the variance of random error is:

$$\sigma_t^2 = \lambda_0 + \lambda_1 \mu_{t-1}^2 + \lambda_2 \sigma_{t-1}^2 \quad (16)$$

$$\sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^p \beta_i \sigma_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^q \alpha_j \varepsilon_{t-i}^2 \quad (17)$$

Where  $Y_t$  is the price in the  $i^{th}$  period of the  $i^{th}$  market,  $p$  is the order of the GARCH term and  $q$  is the order of the ARCH term. The sum of ARCH and GARCH ( $\alpha + \beta$ ) gives the degree of persistence of volatility in the series. The closer is the sum to 1; the greater is the tendency of volatility to persist for a longer time. If the sum exceeds 1, it is indicative of an explosive series with a tendency to meander away from the mean value.

## 3. RESULTS AND DISCUSSION

### 3.1. Summary Statistics of the Selected Sesame Seeds Market

The results showed the sesame seeds prices of the exporting economies to be stable while that of the importing economy to be unstable. Furthermore, the exporting markets with lowest and highest prices were Bangladesh and Pakistan respectively. For the overall, the importing economy (China) had the highest sesame seeds price among the selected markets. The prices of sesame seeds for all the selected markets were positively skewed and this is reasonable since the product inventories cannot be negative, which places a positive skewness bias in the data. Floor prices tend to introduce positive skewness while ceiling prices tend to promote negative skewness. Therefore, from a practical perspective, the presence of positive skewness can help policy design in that positive price asymmetry implies that traders can be quite confident in establishing a minimum price level. Excess kurtosis was not observed as shown by the tails of the distribution which were not thicker than the normal (kurtosis coefficient of less than 3), thus indicating that none of the selected markets exhibited extreme price values.

**Table 1. Summary statistics of sesame prices for the selected markets**

Markets	Mean	Min	Max	SD	CV	Skewness	Kurtosis
BSM	387.20	223.60	633.70	129.80	0.33521	0.72011	-0.84380
ISM	557.72	402.20	782.10	113.15	0.20288	0.45002	-0.90771
PSM	660.56	488.90	919.60	91.168	0.13802	0.98178	1.8386
CSM	1108.70	311.40	2584.80	745.81	0.67271	0.87499	-0.72643

### 3.2. Lag Selection Criteria

The results showed that the appropriate length of lag for truncation was lag four as shown by the selection criteria viz. Akaike information criterion (AIC), Schwarz Bayesian information criterion (SBIC) and Hannan-Quinn information criterion (HQC) (Table 2). The inclusion of the chosen lag length will make the model residuals to be pure white noise and also give parsimonious interpretable results.



**Table 2. Lag selection criteria**

Lag(s)	AIC	BIC	HQC
1	47.70	48.49	47.87
2	46.46	48.05	46.81
3	45.95	48.33	46.46
4	40.85*	44.04*	41.54*

Note: \* denote lag length selected by a criterion

### 3.3. Unit Root Tests

The ADF unit root test showed that all the price series were stationary at level as indicated by their respective tau-statistics which were not different from zero at 5% probability level. But after first difference, all the price series became stationary as indicated by their respective tau-statistics which were different from zero at 5% risk level. Furthermore, the ADF-GLS unit root test indicated the validity and robustness of the ADF tau-estimates for the price series as evidenced by their respective tau-statistics which were greater and lower than the t-critical value at level and first difference respectively. Therefore, it can be inferred that the price series are integrated of order one i.e. I(1). With the proof that all the price series are integrated of order one, the multivariate cointegration test was applied to examine the possibility of long-run association (Table 3).

**Table 3. ADF unit root test**

Market	Stage	ADF		ADF-GLS	
		<i>t - stat</i>	<i>p-value</i>	<i>t - stat</i>	<i>t - critical</i>
BSM	Level	-0.15079	0.9325	-1.32995	-3.19
	<b>1<sup>st</sup> Δ</b>	-4.09892**	0.0046	-4.44421**	-3.19
ISM	Level	-0.30601	0.9218	-0.58510	0.4642
	<b>1<sup>st</sup> Δ</b>	-6.01669**	1.09e-07	-4.24070**	2.35e-05
PSM	Level	-2.85899	0.1761	-3.10334	-3.19
	<b>1<sup>st</sup> Δ</b>	-3.73597**	0.0200	-4.72773**	-3.19
CSM	Level	-1.21852	0.9059	-1.17545	-3.19
	<b>1<sup>st</sup> Δ</b>	-6.79163**	6.31e-05	-7.10636**	-3.19

Note: Δ and \*\* indicate first difference and rejection of null hypothesis at 5% probability level respectively.

### 3.4. Extent of Price Integration

Empirical evidence showed the existence of effective and efficient price transmission as indicated by cointegration of the vectors at rank for both the trace and max test statistics (Table 4a). This means that prices of sesame among the selected markets move together in the long-run i.e. there is a perfect flow of price information within the horizon of the exporting and importing economies. Furthermore, it implies that the four selected sesame markets shared one stochastic trend with none existence of an independent market in the region. Therefore, it can be inferred that the law of one price (LOP) hold between these markets i.e. the price differential between two markets is equal to the cost of transfer. In addition, the sesame markets in the region are efficiently integrated as the collusive activities of the oligopolistic intermediaries, monopolistic buyers behavior in price fixing on the auction floor and the local powers exercised by the traders are been minimized due to proper market

infrastructure, ICT, articulated agricultural export measures and efficient and functional commodity exchange markets in the region.

The presence of one stochastic for all the four selected markets implies the likelihood of pair-wise co-integration of the prices. The pair-wise co-integration results showed that LOP did not hold between the market pairs (Table 4b). However, there is the possibility of these market pairs to be integrated if considered at moderate to high lag levels.

**Table 4a. Multivariate co-integration result**

H <sub>0</sub>	H <sub>1</sub>	Eigen value	Trace test	P-value	Lmax test	P-value
r = 0	r ≥ 1	0.99997	313.50	0.0000	218.30	0.0000
r ≤ 1	r ≥ 2	0.93678	95.199	0.0000	57.983	0.0000
r ≤ 2	r ≥ 3	0.78262	37.216	0.0001	32.049	0.0000
r ≤ 3	r = 4	0.21814	5.1677**	0.2752	5.1677**	0.2746

Note: \*\*denotes rejection of the null hypothesis at 5 percent level of significance

**Table 4b. Pair-wise co-integration result**

Markets	H <sub>0</sub>	H <sub>1</sub>	Trace test	P-value	Lmax test	P-value	CE
BSM-ISM	r = 0	r ≥ 1	2.9017	0.8472	2.8998	0.7963	None
	r ≤ 1	r ≥ 2	0.0019	0.9836	0.0019	0.9812	
BSM-PSM	r = 0	r ≥ 1	3.0584	0.8282	2.4209	0.8612	None
	r ≤ 1	r ≥ 2	0.6375	0.4886	0.6375	0.4824	
BSM-CSM	r = 0	r ≥ 1	6.5402	0.3745	5.6479	0.3993	None
	r ≤ 1	r ≥ 2	0.8923	0.4004	0.8923	0.3962	
ISM-PSM	r = 0	r ≥ 1	3.6392	0.7527	3.6232	0.6884	None
	r ≤ 1	r ≥ 2	0.0161	0.9395	0.0161	0.9339	
ISM-CSM	r = 0	r ≥ 1	2.3175	0.9101	2.1996	0.8882	None
	r ≤ 1	r ≥ 2	0.1179	0.7989	0.1179	0.7897	
PSM-CSM	r = 0	r ≥ 1	2.2576	0.9158	1.5010	0.9561	None
	r ≤ 1	r ≥ 2	0.7567	0.4444	0.7567	0.4392	

Note: \*\*denotes rejection of the null hypothesis at 5 percent level of significance

CE- Cointegration equation

### 3.5. Degree of Market Integration

A cursory review of the results showed that a price shocks in all the selected markets with the exception of India market that induces price deviations from their respective equilibrium level as indicated by the significance of their attractor coefficients would induce the traders in these markets to respond to the shocks in a way that the prices would converge toward their equilibrium value (Table 5). The speed at which BSM, PSM and CSM will correct its previous deviation from the equilibrium due to short-run shocks would be 12.4%, 47.8% and 64.1% respectively; and the approximate time required to re-establish equilibrium would be 1.8, 5.7 and 7.7 months respectively. The flow of information is high in BSM, moderate in PSM and low in the importing market. Hence, BSM is more efficient than PSM in terms of reaction to price news, while the PSM, in turn, is more efficient than CSM in reacting to price news. Based on the foregone discussion, it can be suggested that even though the markets are integrated, there is disequilibrium in the short-run due to the price adjustments across the

markets which did not happen instantaneously or simultaneously. Furthermore, there are delays in the short-run price transmission of these markets as their respective coefficients of the lagged price differences were different from zero at 10% degree of freedom. However, further changes in the subsequent periods (lagged 3) for Indian sesame price would help it to achieve equilibrium in the long-run.

### 3.6. Direction of Price Formation

According to Ghafoor *et al.* (2009), the direction of price formation between the market pair and related spatial arbitrage, i.e. physical movement of the commodity to adjust the price differences is shown by Granger causality. A perusal of the Table showed market pair *viz.* BSM-CSM to have bidirectional causality; market pairs *viz.* BSM-ISM, BSM-PSM, CSM-ISM and CSM-PSM to have unilateral causalities while market pair *viz.* ISM-PSM did not have a causal relationship as indicated by the f-statistics for the first two former which were different from zero at 5% probability level and the later whose f-statistics were not different from zero at 5% probability level respectively (Table 6). For the market pair with bidirectional causality, it implies that the former market granger cause price formation in the latter market, likewise the latter market granger cause price formation in the former market i.e. there exist feed-forward and feed-backward relationship between the markets in pair in sesame price formation. In the case of market pairs with unilateral causality, it means that only the lagged of the former in the pair contain useful information in predicting the future price of the latter. However, for the market pairs with none causality, it means that neither the former nor the latter in the pair Granger cause price formation in each direction. Therefore, it can be inferred that the market pair BSM-CSM exhibited strong endogeneity but weak exogeneity in pair with other selected markets. However, strong exogeneity was observed between the price pair of ISM-PSM, justifying the effect of external influence in determining the direction of price formation in these markets. The dominant influence of BSM in the South-Asia region may be attributed to its quick emergence with an adequate supply of sesame product in the global sesame markets; while the dominant role of CSM may be due to its importing position to meet its high industrial demand. However, the weak influence of ISM and PSM may be due to the possibility of exploring other fast-emerging importing economies in the world with high industrial demand for sesame commodity.

**Table 6. Horizontal pair-wise Granger causality test results**

Null hypothesis	F-stat	P< 0.05	Granger cause	Direction
<b><i>BSM ↔ ISM</i></b>	87.53**	0.0019	Yes	Unidirectional
	2.835	0.2092	No	
<b><i>BSM ↔ PSM</i></b>	78.81**	0.0023	Yes	Unidirectional
	7.822	0.0613	No	
<b><i>BSM ↔ CSM</i></b>	17.87**	0.0197	Yes	Bidirectional
	109.68**	0.0014	Yes	
<b><i>ISM ↔ PSM</i></b>	3.802	0.1507	No	None
	5.194	0.1036	No	
<b><i>ISM ↔ CSM</i></b>	1.948	0.3052	No	Unidirectional
	28.19**	0.0103	Yes	
<b><i>PSM ↔ CSM</i></b>	3.684	0.1563	No	Unidirectional
	64.84**	0.0030	Yes	
<b><i>BSM → ALL</i></b>	61.31**	0.0030	Yes	Multidirectional
<b><i>ISM → ALL</i></b>	9.208**	0.0466	Yes	Multidirectional
<b><i>PSM → ALL</i></b>	5.424	0.0950	No	None

<b>CSM → ALL</b>	68.70**	0.0025	Yes	Multidirectional
------------------	---------	--------	-----	------------------

Note: \*\* denotes rejection of the  $H_0$  at 5% level of significance

NS: Non-significant

→ ← *means forward and backward directions respectively*

### 3.7. Effect of Bad-news on the Future Prices of Sesame

The relative strength of causality effects beyond the selected time span cannot be determined by Granger causality test. In such circumstances, causality test is inappropriate because this test cannot indicate how much feedback exists from one variable to the other beyond the selected sample period (Rahman and Shahbaz, 2013). The best way to interpret the implications of the model for patterns of price transmission, causality and adjustment are to consider the time paths of prices after exogenous shocks i.e. impulse responses (Vavra and Goodwin, 2005).

If there is cointegration, the estimation of impulse response function (IRF) is inconsistent at long horizon using the unrestricted VAR, so the stable impulse response function was estimated from the restricted VAR. The integration of order one variables modeled in a cointegrating VECM are not mean reverting, and the unit moduli in the companion matrix imply that the effect of some bad-news will not die-out over time. The IRF results diagrammatically depicted in Figure 1 revealed how and to what extent an innovation (bad-news) in one market affects the current and future prices in all the integrated markets in the region over a time span of 10 years.

The graph indicated that unexpected shocks that are local to Bangladesh and Pakistan sesame prices would have transitory effects on the sesame prices of their respective own markets and that of India and China, while bad-news that are local to India and China markets would not die-out over time in their respective markets, against each other's market and Bangladesh market, but will die-out over time in Pakistan market.

Having confirmed that the speeds as well as magnitude of shocks given to Bangladesh and Pakistan markets are relatively less transmitted to other markets, it can be inferred that these markets are trend followers and not trendsetters and the reason for their subservient role could be attributed to their new emergence in the global importing sesame seeds market. In addition, they would not play a significant role in the sesame exporting economies of south-Asia.

A positive standard deviation shock in the sesame prices would force the consumer to shift from low-quality sesame product to high-quality sesame, thus the hike in low-quality prices would be relatively less reflected in the Bangladesh and Pakistan markets. Therefore, quality improvement of sesame product will have meaningful implication that would be reflected in the Bangladesh and Pakistan markets. However, the reason for comparative competency of India market among the sesame exporting economies may be due to its long-time trade in sesame product in the international sesame market and high-quality product standard.

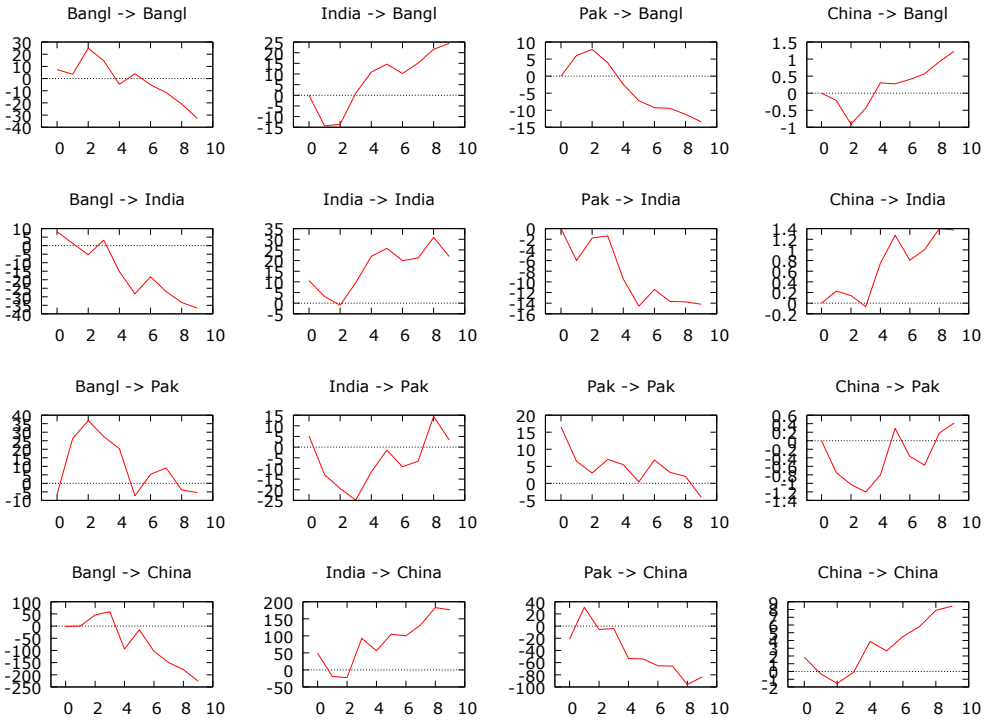


Figure 1. Impulse response of sesame markets to shocks

### 3.7. Price Forecast of Sesame

#### *Diagnostic checking and validation*

The VECM was found to be the appropriate in forecasting the producer's prices of the selected markets as indicated by the diagnostic test results which exonerated the disturbance variables from the problem of autocorrelation and auto-covariance as evidenced by the Ljung-Box Q-stats and Langrage multiplier tests respectively which were not different from zero at 10% risk level (Table 5). Therefore, the absence of random error means that the producer's price of sesame is predictable, and it will be good for policy making, consumer decision and consumption pattern.

#### *Validation (Ex-post prediction power)*

Though price movement prediction is in contrast to the efficient marketing theory which postulated that for a market to operate efficiently, prices should be unpredictable, in that if they are stationary and predictable they will attract investors and their active participation will ultimately lead to the cancellation of the prediction. However, this deductive (theory) idea has little empirical extent as inductive (facts) knowledge showed that prediction of prices is very important in measuring market efficiency except that the prediction should not be too long.

One-step-ahead forecast of the prices along with their corresponding standard errors using naïve approach for the period 2011 to 2015 (total 5 data points) in respect of the VECM fitted model was computed to determine the predictive power of the estimated equation (Table 7a). This was done to examine how closely they could track the path of the actual observation.

**Table 7a. One step ahead forecast of prices**

Period	BSM		ISM		PSM		CSM	
	Actual	Forecast	Actual	Forecast	Actual	Forecast	Actual	Forecast
2011	544.4	543.2	782.1	786.6	714.4	714.2	1764.3	1795.1
2012	556.7	556.1	660.1	663	659.7	653.6	2122.8	2150.4
2013	574.8	574.7	682.4	680.8	675	673.3	2388.7	2382.7
2014	617.1	615.3	696.9	691	716.1	724.6	2405	2376.9
2015	633.7	640.6	689.3	684.3	705.3	709.7	2412.9	2333.3

The price forecasting ability of the producers' market prices of sesame was measured using the mean absolute prediction error (MAPE), root mean square error (RMSE), Theil's inequality coefficient (U) and the relative mean absolute prediction error (RMAPE) (Table 7b). The results indicated the accuracy of the forecasted price as shown by the respective market RMAPE and U which were less than 10% and less than 1 respectively. Therefore, these relatively low values indicate the consistency of the forecasted prices with the actual prices.

**Table 7b. Validation of models**

Market	R <sup>2</sup>	MAPE	RMSPE	RMAPE (%)	Theil's U
BSM	0.999	0.88	0.016209	0.1344	0.0177
ISM	0.998	1.92	0.020542	0.273424	0.0056
PSM	0.998	1.02	0.037806	0.12686	0.0266
CSM	0.995	17.22	0.665638	0.683669	0.0261

Source: Authors computation, 2018

### 3.8. Price Forecast of sesame seed in the selected markets

Shown in Table 7c and Figure 2 are the computed one step ahead out of the sample forecast of the producer's sesame prices (dollars per ton) spanning from 2016-2025 for the selected markets. The short span prediction was made in order not to affect market efficiency as long prediction will attract investors which will result in the breakdown of the forecasted price.

A cursory review of the results showed that the predicted sesame seed price of Bangladesh would witness steep decline till it reaches an ebb in the year 2021, and thereafter exhibit an oscillating trend with upward and downward swings. The forecasted sesame price of India would exhibit an oscillating trend with the highest price peaking period being 2018 and the lowest ebbing period being 2020. The sesame seed price of Pakistan will witness a steep increasing trend and will peak in the year 2019 and thereafter a steep decline ebbing in the year 2021. Furthermore, the price trend of Pakistan sesame seed will exhibit an oscillating trend with the periods 2022 to 2023 having upward swing, while 2024 to 2025 will witness downward swing. The predicted price of China sesame seeds will exhibit a declining trend till it ebb at the year 2019, thereafter a flatten like trend though there will be slight rise from the year 2020 to 2022 and then slight fall in the year 2023 to 2024, and then a slight rise at the end of the forecasted period. Therefore, it can be inferred that across the markets, prices of sesame seeds in the future will not be fairly remunerative for the producers which may be due to a collusive effect of the oligopolistic intermediaries in the marketing chain of sesame in the region.

Therefore, there is need to strengthen the production and marketing infrastructure to ensure allocative efficiency in the marketing of sesame in the region so that neither the producers nor the middlemen nor the consumers would be better-off nor worse-off.

**Table 7c. Out of sample price forecast for the selected sesame markets (\$ per ton)**

Year	BSM			ISM		
	Forecast	LCL	UCL	Forecast	LCL	UCL
2016	581.50	566.90	596.00	596.90	569.70	622.20
2017	573.40	538.80	608.00	601.90	572.40	631.40
2018	558.50	491.10	625.90	643.80	612.30	675.30
2019	484.20	410.50	557.80	591.30	554.00	628.70
2020	425.80	348.40	503.20	533.20	466.20	600.20
2021	407.30	323.20	491.40	545.20	440.80	649.70
2022	451.00	362.10	539.90	583.80	464.60	703.10
2023	452.50	354.40	550.70	615.10	475.60	754.60
2024	415.00	298.40	531.50	565.10	397.40	732.90
2025	422.60	278.70	566.40	595.40	405.90	784.90
Year	PSM			CSM		
	Forecast	LCL	UCL	Forecast	LCL	UCL
2016	448.70	412.30	485.10	2102.70	1998.50	2206.90
2017	382.80	313.60	452.00	1800.70	1674.70	1926.70
2018	510.10	402.90	617.30	1924.60	1763.20	2086.00
2019	630.20	500.00	760.40	1312.90	1043.90	1581.80
2020	589.10	450.60	727.60	1441.80	1081.90	1801.80
2021	529.20	389.90	668.40	1447.50	1018.90	1876.10
2022	544.80	403.40	686.30	1494.30	965.40	2023.20
2023	595.70	452.40	739.00	1418.40	747.70	2089.00
2024	485.80	339.50	632.10	1297.40	439.20	2155.60
2025	478.20	331.20	625.20	1334.10	295.20	2372.90

### 3.9. Price Volatility of Sesame seeds

The price series of all the selected markets met the pre-condition for volatility test as their respective residuals showed presences of cluster volatility and Arch effects. A cursory review of the results showed that persistence volatility existed in the prices of all the selected sesame markets as indicated by their respective estimated sum of the ARCH and GARCH terms which were close to “one” (Table 8). The implication is that the volatility of sesame prices in each of the selected markets has the tendency to persist for a while but will not meander away from the mean value. The perusal of the Table showed that the current volatility in the Bangladesh market and the importing (China) economy was triggered by information about previous price arbitrage of sesame seeds in their respective markets. However, it was observed that the family shock had no effect on current price volatility of sesame seeds in India and Pakistan markets, implying the possibility of outside shocks been responsible for the current volatility in these markets. Based on these outcomes, it is vividly clear that sesame trade is useful and the reason may be attributed to high industrial demand for the product by the importing countries in the global sesame seed markets.

The autocorrelation tests showed that the residuals of the models were none correlated as indicated by their respective Q-stats which were not different from zero at 10% degree of freedom. However, with the exception of the volatility model for Indian sesame seed price all

the residuals of the selected price series were not normally skewed as indicated by their respective Chi<sup>2</sup> which were different from zero at 10% risk level. Though, non-normality is not considered a serious problem as data in most cases are not normally skewed.

**Table 8. Price volatility of sesame seeds in the selected markets**

Items	BSM	ISM	PSM	CSM
<b>Mean equation</b>				
<b>Arch Eff.</b>	13.058{0.0003}***	4.762{0.0290}**	4.239{0.013}**	6.838{0.0089}***
<b>Variance equation</b>				
Alpha (1)	0.964(0.257)[3.73]***	0.884(14.2)[0.06] <sup>NS</sup>	0.500(2.57)[0.194] <sup>NS</sup>	0.10(0.044)[2.25]**
Beta (1)	1.0e-11(0.24)[4.2e-11] <sup>NS</sup>	1.197(18.5)[6.4e-12] <sup>NS</sup>	3.5e-11(4.06)[8.7e-12] <sup>NS</sup>	5.0e-11(0.35)[1.4e-10] <sup>NS</sup>
$\alpha + \beta$	0.96	0.88	0.50	0.10
GARCH fit	1,1	1,1	1,1	1,1
<b>Normality</b>	9.56{0.008}***	3.20{0.201} <sup>NS</sup>	6.39{0.0408}**	15.5{0.0004}***
<b>Autocor.</b>	0.286{0.59} <sup>NS</sup>	1.277{0.53} <sup>NS</sup>	1.821{0.61} <sup>NS</sup>	2.59{0.63} <sup>NS</sup>

Note: \*\*\* \*\* \* implies significance at 1%, 5% and 10% respectively

NS: Non-significant; and values in ( ); [ ] and { } are standard errors, t-statistics and probability values

#### 4. CONCLUSION AND RECOMMENDATION

The empirical evidence showed that the LOP hold between the markets inspite of their spatiality, and the traders in almost all the selected markets respond to price bad-news to maintain an equilibrium values. In addition, a positive standard deviation shock on the low-quality sesame prices of Bangladesh and Pakistan would force buyers to shift to Indian sesame product of high-quality. However, findings showed the trade of sesame seeds to be useful due to high industrial demand for the product by the importing countries in the global sesame seed markets. Therefore, the study recommended that the network of sesame producer's markets should be well-designed in order to maintain an equal distance from each other as it will not only boost direct inter-market competition but will control the massive marketing margins of sesame seeds product. Also, the product can be transported to the deficit importing areas, thus benefiting both the producers and the industrial consumers.

#### REFERENCES

- ADERETI, F.O. FAPOJUWO, O.E. and ONASANYA, A.S. (2006). Information utilization on cocoa production techniques by farmers in Oluyole Local Government area of Oyo State, Nigeria. *European Journal of Social Science* 3 (1): 1-7.
- AJIBADE, T.B. AYINDE, O.E. ABDOULAYE, T. and Ayinde, K. (2018). Determinants of Price of Yam in Nigeria: A Times-Series Analysis. *Nigerian Journal of Agricultural Economics* 8 (1): 109-119
- AJIBADE, T.B. AYINDE, O.E. ABDOULAYE, T. and AYINDE, K. (2019) Discovery of Maize Price and Food Crop Market Dynamics in Nigeria. *Review of Agricultural and Applied Economics*, 22(1): 51-64
- ALI, W.O. BETT, H.K. KIPROP, S.K. and KORIR, H. (2014) Economic Analysis of Spatial Integration of Pulse Market in Ethiopia; A case of Selected Pulse Market in Ethiopia. *European Journal of Business and Management*, 6 (33): 100-108. [www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- ASOGWA, B. C. EZIHE, J. A. C. and OGEBE, F.O. (2012). Agricultural Marketing Information Usage among Soybean Farmers in Nigeria. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 1 (2) Pp. 160-170



- BRUNNERMEIER, M.K. (2005). Information leakage and market efficiency. *Review of Financial Studies*, 18(2): 417-457.
- DERCON, S. (1995). On market integration and liberalization: Method and application to Ethiopia. *Journal of Development studies* 32(1):112-143.
- FAN, C.S. & WEI, X. (2005). The Law of One Price: Evidence from the Transitional Economy of China. *Review of Economics and Statistics* 88 (4):682-697 DOI:10.1162/rest.88.4.682. Source:RePEc
- GÓES, C. & MATHESON, T. (2015). Domestic Market Integration and the Law of One Price in Brazil. IMF Working Paper, Western Hemisphere Department. International Monetary Fund (Working Paper No. 15/213). Retrieved 11 October 2016.
- JOHANSEN, S. & JUSELIUS, K., (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Applications to the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 52, No. 2, pp. 169–210.
- LAMONT, O.A. & THALER, R.H. (2003). Anomalies: The Law of One Price in Financial Markets. *Journal of Economic Perspectives* 17 (Fall 2003), pp. 191–202.
- MANKIW, N. G. (2011). *Principles of Economics* (6th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning. Page 686.
- National Population Commission (2017). *Publication of National Population Commission*, Abuja, Nigeria
- MGBADA, J.U. (2006). Effectiveness of information sources on improved farming practices to women farmers in Enugu State, Nigeria. *Global Approaches to Extension Practice*, 2 (1): 67-78, 2006.
- ORKWOR, G.C., ASIEDU, R. & EKANAYAKE, I.J. eds (1998). *Food Yams: Advances in Research*. IITA, Ibadan and NRCRI, Umudike, Nigeria. 249pp
- PERSSON, K.G. (2008). Definitions and Explanation of the Law of One Price. eh.net. Economic History Services. Retrieved 6 July 2017.
- RAVALLION, M. (1986). Testing Market Integration. *American Journal of Agricultural Economics* (73):102–109
- ROSSI, E. (2010). Impulse Response Functions. *Econometrics* 10, 1-42 Università di Pavia
- STIENEN, J., BRUINSMA, W., & NEUMAN, F. (2007). How ICT can make a difference in agricultural livelihoods. In *Commonwealth ministers reference book* (pp.2–4). Retrieved from <http://www.iicd.org/files/ICT%20and%20agricultural%20livelihoods.pdf>
- STIGLER, G.J. & SHERWIN, R.A. (1985). The Extent of the Market. *Journal of Law and Economics* (27):555–585.
- ZIVOT, E. and WANG, J. (2006). Vector autoregressive models for multivariate time series. *Modeling Financial Time Series with S-Plus®*, 385-429.

# Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Değerlendirilmesi\*

(Araştırma Makalesi)

*Evaluation of Factors Affecting Sustainability of Social Entrepreneurship by AHP Method*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.634788

**M. Onur KAÇAROĞLU**

Öğr. Gör. Pamukkale Üniversitesi, Honaz Meslek Yüksekokulu  
onurkacaroglu@pau.edu.tr  
Orcid No: 0000-0002-6677-9948

**Arzu ORGAN**

Doç. Dr. Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F.  
aorgan@pau.edu.tr  
Orcid No: 0000-0002-2400-4343

**Bu makaleye atıfta bulunmak için:** Kaçaroğlu, M.O. & Organ, A. (2020). Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Faktörlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Değerlendirilmesi. Alanya Akademik Bakış, 4(1), Sayfa No. 157-171.

## ÖZET

### Anahtar kelimeler:

Sosyal Girişimcilik,  
Girişimcilik,  
Sürdürülebilirlik,  
AHS

Makale Geliş Tarihi:  
18.10.2019  
Kabul Tarihi:  
05.02.2020

### Keywords:

Social  
Entrepreneurship,  
Entrepreneurship,  
Sustainability, AHP

Girişimcilik kavramı genel olarak ticari faaliyetleri düşündürüyor olsa da, günümüzde bu kavrama geleneksel anlamından farklı bir boyut kazandıran sosyal girişimcilik kavramı ön plana çıkmıştır. Sosyal girişimcilik, kalıcı değişim sağlama amacındadır ve bu yönü ile hayırseverlikten ayrılmaktadır. Kamu kurumları, özel kurumlar ve kişiler çeşitli alanlarda sosyal girişimci sıfatıyla faaliyette bulunabilmektedirler. Yoksullukla mücadele, çevre sorunları, sanatsal ve sportif faaliyetler gibi konularda sosyal girişimcilik örneklerine sıklıkla rastlanabilmektedir. Sosyal girişimcilikte temel amaç sosyal değer yaratıp bunu sürdürülebilir kalmaktır. Bu sürdürülebilirliğin önüne ekonomik, sosyal, yasal veya yapısal bazı engeller çıkabilmektedir. Çalışmada sosyal girişimciliğin önündeki engeller alt faktörleri ile birlikte değerlendirilerek, sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliğinin önündeki riskler belirlenmeye çalışılmıştır. Sosyal girişimciliğin sürdürülmesinde engel olabilecek önemli faktörlerin belirlenmesi için Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi kullanılmıştır. Sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliği ile ilgili faktörler yönetimle ilgili faktörler, kaynak ve uzmanlıkla ilgili faktörler, devlet desteği ve politikalar ile ilgili faktörler ve paydaşlarla ilgili faktörler olmak üzere dört başlık altında değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda yönetimle ilgili olan faktörlerin ağırlık olarak diğerlerine göre daha yüksek bir değere sahip olduğu saptanmıştır.

\* Bu çalışma "10th International Congress on Entrepreneurship, (ICE2019)" kongresinde sözlü olarak sunulan ve özet bildiri kitabında yayınlanan çalışmanın genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

**ABSTRACT**

*Although the concept of entrepreneurship generally suggests commercial activities today the concept of social entrepreneurship comes to the forefront. Social entrepreneurship aims at achieving permanent change and it is distinguished from philanthropy. Public institutions, private institutions and individuals can act as social entrepreneurs in various fields. Social entrepreneurship examples are frequently seen in the areas of struggle against poverty, environmental problems, artistic and sporting activities. The main goal in social entrepreneurship is to create social value and make it sustainable. There are some economic, social, legal or structural barriers to this sustainability. In this study, it is aimed to evaluate the obstacles to social entrepreneurship and the sub-criteria that constitute them, and to determine the more important criteria than the others. In this study, Analytic Hierarchy Process (AHP) method was used to determine the importance of the obstacles that may take place against social entrepreneurship. The factors related to the sustainability of social entrepreneurship are evaluated under four headings. These are the factors related to management, factors related to resource and expertise, factors related to government support and policies and factors related to partners. As a result of the study, management-related criteria were found to have a higher value than the others.*

---

**1.GİRİŞ**

Ekonomik ve sosyal açıdan yarattığı fayda ve dışsallıklardan dolayı girişimciliğin önemi gittikçe artmaktadır. Refah seviyesinin artması, ekonomik özgürlük isteği, istihdama katkı, özgün projelerin hayata geçirilmesi gibi ekonomik faydaların yanı sıra sosyal statünün yükselmesi, kişilerin kendilerini kanıtama yolunda adımlar atması ve topluma hizmet gibi sosyal faydaların gerçekleşmesi girişimcilikle mümkün olabilmektedir.

Girişimcilik kavramı genel olarak ticari faaliyetleri düşündürse de, sosyal yönden fayda yaratma açısından da ön plana çıkmaktadır. Sosyal girişimcilik, kamu kurumları, özel kurumlar veya kişiler tarafından yoksullukla mücadele, çevre sorunları, sanatsal ve sportif faaliyetler gibi konularda, kalıcı değişim sağlama amacını gütmektedir. Sosyal girişimci ise, yaşadığı çevredeki toplumsal bir sorunu ve ihtiyacı belirleyerek, bu sorunun ortadan kaldırılması veya ihtiyacın giderilmesi için girişimcilik prensiplerini kullanarak kalıcı çözümler üretir (Taş, Küçüköğlü ve Özcan, 2016:258).

Sosyal girişimcilikte temel amaç sosyal değer yaratıp bunu sürdürülebilir kılmaktır. Bu sürdürülebilirliğin önünde ekonomik, sosyal, yasal veya yapısal bazı engeller söz konusu olabilmektedir. Çalışmada sosyal girişimciliğin sürdürülebilmesinin önündeki engeller ve bunları oluşturan alt faktörler değerlendirilmiş, yapılan bu değerlendirme sonucu diğerlerine göre daha önemli faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

**2. KURAMSAL ÇERÇEVE**

Günümüzde girişimciliğin önemi ekonomik katkılarından ötürü yadsınamaz hale gelmiştir. Ekonomik büyümeye, istihdama ve sosyal yaşama yaptığı katkılar girişimciliği üstünde önemle durulması gereken bir kavram haline getirmiştir. Sosyal girişimcilik de girişimciliğin alt disiplini gibi görünse de tamamen farklı amaçlar üzerine kurulu bir kavramdır. Özellikle

kar amacı gütmemesi, ekonomik sürdürülebilirliği ile ilgili çalışma yapma ve uygulamalar geliştirme zorunluluğu getirmiştir. Bu bölümde girişimcilik ve sosyal girişimcilik kavramsal olarak ele alınmıştır.

## 2.1. Girişimcilik

Girişimci, üretim faktörlerinden biri olmakla beraber diğer üç üretim faktörünü (emek, sermaye, doğal kaynaklar) bir araya getirerek insan ihtiyaçlarını karşılayan ve bu faaliyetlerden gelir elde eden kişi olarak tanımlanabilir. Burada önemli bir nokta emek ve girişimci beşeri faktörler olmakla birlikte girişimci, risk almasıyla emek faktöründen ayrılır. Bu doğrultuda girişimci, “çevresinde gelişen fırsatları görüp değerlendirmek ve bu fırsatlardan yararlanmak için üretim faktörlerini bir araya getirerek kar sağlamak ve büyümek için, risk ve belirsizliği göze alıp yeni bir iş kuran kişidir” (Scarborough, 2014: 4). Girişimcilik ise; yenilikçi, yaratıcı ve risk alabilen bir yapıyla ürün, hizmet veya fikirlerin oluşturulması sürecidir (Gartner, 1988: 11). Diğer bir tanıma göre girişimcilik, “kar elde etmek için mal/hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için sermaye ortaya koyarak bir işletme kurmak ve olarak” tanımlanmaktadır (Marangoz, 2016: 43).

Girişimciler, istihdamı artırarak, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltarak ve ekonomik faaliyetlerde çeşitlilik yaratarak ekonomiye katma değer sağlarlar. Ayrıca, sosyal alanda istikrar sağlanarak toplumsal bütünleşme gerçekleşir ve yeni teknolojilerin artmasıyla bilgi temelli toplumun oluşmasına katkı yaparlar (Ivanova ve Gibcus, 2003: 5).

## 2.2.Sosyal Girişimcilik

Girişimcilik, genel olarak gelir getirici bir amaca hizmet etmekle beraber zaman zaman sosyal bazı amaçların yerine getirilmesi için de bir araç olabilir. Burada “sosyal girişim” kavramı ön plana çıkmaktadır. Akademik çalışmaların konusu olarak sosyal girişimcilik göreceli olarak kısa bir geçmişe sahiptir. Sosyal girişimcilik King and Roberts (1987) tarafından, yenilik ve liderlik özellikleri açısından tanımlanmasıyla literatürde yer bulmaya başlamıştır (Weerawardena ve Mort, 2006: 23). “Sosyal girişimcilik” terimi yaygın olarak kullanılmasına rağmen, anlamı geniş ölçüde anlaşılammıştır. Birçok sosyal girişimci kendilerini “girişimci” olarak tanımlamamakta ya da bu terimi rahat kullanamamaktadır. Bunun nedenin de, özellikle, hem iş hayatında hem de kar amacı gütmeyen (gönüllü) sektörde sosyal girişimciliğin kapsamı etkin bir şekilde ve açıkça ifade edilememesinden kaynaklandığı düşünülmektedir (Thompson, 2002: 412).

Sosyal girişimciliğin uygulama alanlarının geniş olmasından dolayı çok sayıda tanımı vardır. Sosyal girişimciliği, kar amacı gütmeyen kuruluş, işletme veya devlet kurumları içinde veya genelinde gerçekleştirilecek yenilikçi, sosyal değer yaratan etkinlik olarak tanımlayabiliriz (Austin, 2012: 371). Sosyal girişimciliği, “Sosyal fayda elde etme ve sürdürme olanağı sağlayan, yaşanabilir sosyo-ekonomik yapıların, ilişkilerin, kurumların, organizasyonların ve uygulamaların oluşturulmasıdır.” olarak da tanımlamak mümkündür (Koçak ve Kavi, 2015:29; Ersin Besler, 2010: 7). Sosyal girişimcilik, sosyal girişimcinin yaptığı işidir. Sosyal girişimci yaşadığı çevredeki toplumsal bir sorunu veya ihtiyacı belirleyerek, bu sorunun ortadan kaldırılması veya ihtiyacın giderilmesi için girişimcilik prensiplerini kullanarak kalıcı çözümler üretir. Ekonomik bir girişimcinin yeni sanayiler veya iş alanları kurması gibi, sosyal girişimciler de toplumsal sorunlara yenilikçi çözümlerle yaklaşır ve bu çözümleri geniş ölçekte uygularlar. (Vikipedi, 2019). Sosyal girişimciler, sosyal sorunları fark edebilme, bu

sorunlara dikkat çekebilme, sosyal değer yaratma misyonuna sahip olma, ekonomik-sosyal-çevresel odaklı örgütler oluşturma, sorunların çözümü için yenilikçi yaklaşımlar benimseme gibi özelliklere sahiptirler (Güler, 2011: 84). Sosyal girişimciler; sosyal değer yaratma ve sürdürme misyonunu benimseyen, bu misyona hizmet etmek için yeni fırsatlar bulan ve bu fırsatları durmaksızın takip eden, sürekli yenilik peşinde koşan, eldeki kaynaklar ile sınırlandırılmadan cesur bir şekilde hareket eden, sosyal sektör içinde değişim ajanı rolü üstlenmiş kişilerdir (Dart, R. 2004: 414).

Literatürde sosyal girişimcilikle ilgili çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Mort ve diğ. (2002) çalışmalarında sosyal girişimcilik kavramını yönetsel olarak değerlendirmişlerdir. Thompson (2002), Birleşik Krallık'ta iki başarılı sosyal girişimcilik olayını incelemek sureti ile bu kavrama açıklık getirmeye çalışmıştır. Alvord ve diğ. (2004) yedi farklı başarılı sosyal girişimciliği analiz edip, bunlarla ilgili başarı faktörlerini ortaya koymuşlardır. Seelos ve Mair (2005) "Sosyal girişimcilik: Yoksullara hizmet etmek için yeni iş modelleri oluşturmak" isimli çalışmasında sosyal girişimciliğin şirketleri daha fazla sosyal sorumluluk üstlenmeye teşvik edebileceğini ifade etmişlerdir. Mair ve Marti (2006), çalışmalarında sosyal girişimciliği kavramsal olarak değerlendirmişlerdir. Paredo ve Mclean (2006) de çalışmalarında sosyal girişimciliğin esnek bir kavram olduğunu ve bu anlamda farklı kullanım alanlarını incelemişlerdir. Dees (2007)'deki çalışmasında, sosyal girişimciliğin neden ciddiye alınması gerektiğini anlatan bir çalışma yapmıştır. Certo ve Miller (2008) sosyal girişimcilikle ilgili temel konu ve kavramları inceleyerek, gelecek çalışmalar için bazı önerilerde bulunmuşlardır. Defourny ve Nyssens (2010), ABD ve Avrupa' da, sosyal girişimcilik uygulamalarındaki farklılık ve benzerlikleri ortaya koymuşlardır. Dacin (2011)'deki çalışmasında, sosyal girişimciliği, sorgulanacak bir alan olarak incelemekte ve ileride yapılacak çalışmalar için bir dizi araştırma sorusu önermektedir. Santos (2012), modern toplumun işleyişinde sosyal girişimcilik olgusu ve rolünü araştırmış ve bununla ilgili bazı kavramlar ortaya koymuştur.

### 2.3. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramı genel olarak çevre duyarlılığı baskın bir algılamaya sahip olsa da ekonomik ve sosyal yönden de incelenmesi gereken bir kavramdır. Daily ve Erlich (1996), sürdürülebilirliği sosyal, ekonomik ve ekolojik sistemlerin ihtiyacı olan unsurları koruma süreci olarak; Maclaren (1999) ise "arzu edilen durum veya oluşumlarda sürekliliğin sağlanması ve koşulların süreklilik göstererek sosyal eşitliğin sağlanması" biçiminde ifade etmiştir.

Sürdürülebilirlik, içinde yaşadığımız dünya için sorumluluk bilincinde yapılacak her şey için kullanılabilen bir kavramdır. Ekonomik, sosyal ve çevresel bir konudur. Farklı ve verimli tüketmekle ilgilidir. Ayrıca, zengin fakir ayrımı gözetmeksizin gelecek nesillerin ihtiyaçlarını riske atmadan küresel çevreyi korumak anlamına da gelmektedir (Jones vd., 2008: 125).

Sürdürülebilirlik kavramı günümüzde önemle durulması gereken ve çok geniş disiplinleri içinde barındıran bir kavram olmakla beraber, üç temel boyut üzerinden açıklanması daha anlaşılır olabilir. Sürdürülebilir kalkınma; çevresel (ekolojik), ekonomik ve sosyal boyutların bir kombinasyonu olarak algılanmaktadır. 1992'deki Rio Konferansı'ndan bu yana bu üç boyut uluslararası sürdürülebilir kalkınmanın tanımlarının temelini oluşturmuştur (Lethonen, M. 2004: 200).

Ekonomik Sürdürülebilirlik; ekonomik faaliyetlerin sağlıklı işlemediği işletmeler sürdürülebilirliklerini sağlayamazlar. İşletmelerin çevresel ve sosyal konuları kuruluş stratejilerine entegre etmelerinin, maliyet, etkinlik, ürün kalitesi, pazar payı, rekabet, çalışan motivasyonu ve müşteri memnuniyetini artırıcı etkileri görülmekle beraber finansal yönden de bazı faydalar sağladığı görülmüştür (Zhu ve Sarkiz, 2004: 269). Ekonomik yönden sürdürülebilir firmalar, iç ve dış paydaşlarına sağlıklı bir nakit akışı sağlayabilirler (Dyllick ve Hockerts, 2002: 133).

Sosyal Sürdürülebilirlik; sosyal sürdürülebilirlik, homojen toplum, gelir eşitliği, ürün ve hizmetlere ulaşma, istihdam, eğitim ve yaşam standartları gibi bir dizi unsuru bünyesinde barındırır (Ranganathan, 1998: 2).

Çevresel Sürdürülebilirlik; çevresel sürdürülebilirlik en öz anlatımıyla doğal sermayeyi korumak anlamına gelir. Doğal sermayenin insan kullanımı ölçeğine göre sınırsız olduğu yakın zamanda, gelir hesaplanırken doğal sermaye tüketiminin brüt gelirlerden düşülmemesi makul görülmekteydi. Fakat bu anlayış artık geçmişte kalmıştır. Bu bağlamda çevresel sürdürülebilirliğin hedefi; doğal sermayenin artık serbest bir mal olmadığı ve kalkınmanın önünde çok daha önemli kısıtlayıcı bir faktör olduğu ortamda gelirin geleneksel anlam ve önemi korumak gibi muhafazakar çabalardır (Lethonen, M. 2004: 201).

### 3. METODOLOJİ

Araştırmada AHS metodu kullanılmıştır. AHS, Saaty (1980) tarafından geliştirilen, etkili bir yöntemdir. AHS, birçok seçenek içerisinde karar vericinin belirlediği ölçütler çerçevesinde karar seçeneklerini önem sırasına göre sıralayan çok kriterli karar verme yöntemlerinden biridir (Özbek, A., 2017: 71). AHS, çok kriterli karar verme, planlama ve kaynak dağıtım ve anlaşmazlıkların çözülmesinde kullanılan en geniş uygulamadır. AHS, çok nitelikli, çok taraflı ve çoklu dönemli yapısal problemlerin hiyerarşik olarak çözümünü kolaylaştıran bir yöntemdir (Vatansever ve Uluköy, 2013:280).

Süreç somut unsurların yanı sıra soyut unsurların veya subjektif yargılarında probleme dahil edilmesine olanak sağlar (Dağdeviren ve diğ., 2009: 8145). AHS bir hiyerarşi içinde çoktan seçmeli bir yapılanmayı içeren bir karar verme yaklaşımdır. Yöntem, kriterlerin görece önem derecelerini belirleyip, her bir kriter için alternatiflerin karşılaştırılmasına ve alternatiflerin genel sıralamasının belirlenmesine olanak sağlar (Hu ve Peng, 2008: 1095).

AHS yöntemini uygulama adımları şu şekilde gösterilebilir (Kundakçı ve diğ., 2015: 51; Dağdeviren, 2009: 8145):

Adım 1: Alternatifleri değerlendirmek ve sıralamak için kullanılacak değerlendirme kriterlerini ( $C_j$ ) tanımlanması.

Adım 2: Karmaşık bir karar problemi ile ilgili alternatif ve kriterler hiyerarşik olarak yapılandırılır.

Adım 3: n tane kriterin ikili karşılaştırması için aşağıdaki ikili karşılaştırma matrisi oluşturulur.

$$A = [a_{ij}] = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & 1 & \dots & a_{2n} \\ \vdots & \dots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & 1 \end{bmatrix} \quad a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}, i, j = 1, 2, 3, \dots, n$$

Burada,  $a_{ij} > 0$ ,  $a_{ii} = 1$ ,  $a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}$  ve  $a_{ij}$  de karar vericinin her bir i. kriteri için j. kritere göre önem derecesini ifade etmektedir. İkili karşılaştırmalar yapılırken Saaty' nin geliştirdiği, Tablo 1' de yer alan ölçekten yararlanılır.

**Tablo 1. Saaty'nin geliştirdiği 1-9 Ölçeği**

Önem Derecesi	Tanımlama
1	Eşit öneme sahip
2	Zayıf derecede önemli
3	Orta derecede önemli
4	Ortadan biraz fazla önemli
5	Güçlü seviyede önemli
6	Güçlüden biraz fazla önemli
7	Çok güçlü veya kanıtlanmış derecede önemli
8	Çok çok güçlü derecede önemli
9	Aşırı derecede önemli

Kaynak: Saaty ve Sodenkamp, 2008: 29.

Adım 4: Karar matrisleri kullanılarak önem dereceleri hesaplanır. Sonuçlar ağırlık vektörü olarak aşağıdaki gibi gösterilir.

$$W = [w_1, w_2, \dots, w_n]^T \quad i=1,2,\dots,n$$

Bu, A matrisinin normalize edilmiş özvektörüdür. Basitçe, ağırlık vektörünün elemanları, normalize edilmiş A matrisinin sıralarının ortalama değerleri olarak hesaplanır.

$$w = \frac{1}{n} \sum_j \left( \frac{a_{ij}}{\sum_i a_{ij}} \right)$$

Adım 5: Aşağıdaki formül yardımıyla uyum oranı hesaplanır. Uyum oranı 0,1' den küçük olmalıdır. (Yıldırım ve Önder: 33).

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Burada  $CI = (\lambda_{maks} - n)/(n - 1)$  ve  $\lambda_{maks}$  A matrisinin en büyük öz değeridir. RI (Random Consistency Index) değeri ise rassal tutarlılık indeks değeridir.

Adım 6: Daha sonra 3.adımdaki uygulamaları izleyerek her kriter için alternatifler arasında ikili karşılaştırma matrisi oluşturulur. Bu uygulama herhangi bir alternatifin diğer kriterlerle ne kadar iyi değerlendirildiğine dair bir değerlendirme yapılmasını sağlar.

Adım 7: Son adım, basit bir ağırlıklı toplama yönteminin uygulanmasıyla yerel öncelikleri bir araya getirerek küresel öncelikleri elde etmektir. Burada  $i$ . Alternatif için sıralama puanı ( $R_i$ ) basitçe şöyle hesaplanır;

$$R_i = \sum_j b_{ij}w_j$$

Daha sonra alternatiflerin nihai sıralaması bu küresel öncelikler temelinde belirlenir.

#### **4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLMESİNDE ENGEL TEŞKİL EDEBİLECEK FAKTÖRLERİN ÖNEM DERECELERİNİN BELİRLENMESİ**

Pamukkale Belediyesi Sosyal Market projesi, sosyal girişimcilik kapsamında ele alınmıştır. Pamukkale Sosyal Market Projesi, Pamukkale’de ikamet eden ihtiyaç sahibi ve dezavantajlı kesimlerin yaşam kalitelerini arttırmak, sosyal yardım ve sosyal hizmet vermek amacıyla, insan onuruna yakışır şekilde hareket ederek, sosyal dayanışmayı ön planda tutmayı hedefleyen bir sosyal girişim modeli olarak tasarlanmıştır. Sosyal Market Projesi alışılmış yardım faaliyetlerinin dışında yeni bir konsept, yenilikçi bir hizmet modelidir. Kurulan sosyal market; Pamukkale Sosyal Market Derneği İşbirliği ile hayırsever iş adamlarımızın yapacağı bağışları kabul ederek ve belediye de bu bağışları sosyal market aracılığı ile ihtiyaç sahibi vatandaşlara ulaştırmaktadır. Böylelikle geleceğe dönük ortak diyalog ve hemşerilik bilinci artacak ve birlikte hareket etmenin gücü farkındalık kazanacaktır (Pamukkale Belediyesi, 2019).

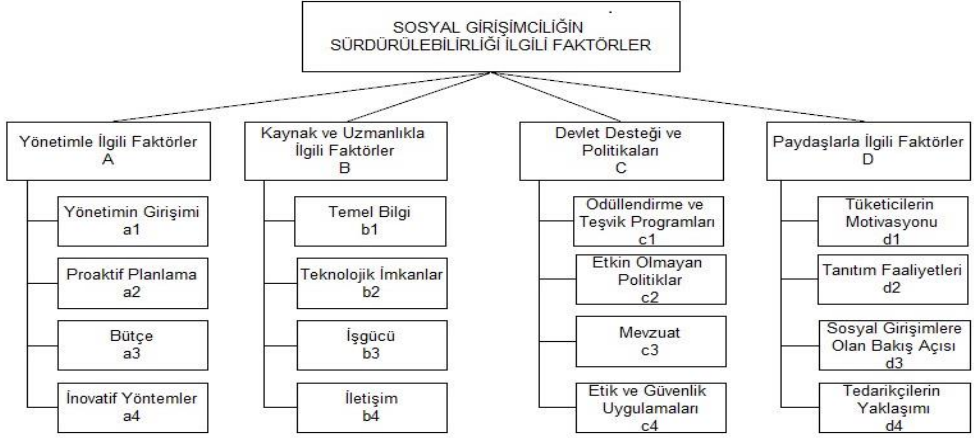
Sosyal girişimciliğin kurulması kadar bu girişimcin sürdürülebilmesi de önemli bir konu haline gelmiştir. Ürünün temin edilmesi, ihtiyaç sahiplerinin doğru belirlenmesi, ürünlerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması, raporlanması, sürecin yönetimi ve finansmanında sorunlar yaşanabilmektedir. Böyle durumlarda sosyal girişimcilik projesi sekteye uğrayabilmektedir.

Bu çalışmada sosyal girişimciliğin sürdürülebilmesine engel teşkil edebilecek faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Luthra ve arkadaşlarının (2016)’daki üretim ve tüketimin sürdürülebilmesindeki engellerin değerlendirilmesi ile ilgili çalışmalarından esinlenerek, sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliğinde ele alınacak faktörler belirlenmiştir. Sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliği ile ilgili faktörler aşağıdaki gibidir:

- Yönetimle ilgili faktörler: yönetimin girişi, proaktif planlama, bütçe ve inovatif yöntemler
- Devlet desteği ve politikaları ile ilgili faktörler: ödüllendirme ve teşvik programlar, etik olmayan politikalar, mevzuat, etik ve güvenlik uygulamaları.
- Paydaşlarla ilgili faktörler: tüketicilerin motivasyonu, tanıtım faaliyetleri, sosyal girişimlere olan bakış açısı ve tedarikçilerin yaklaşımı.
- Kaynak ve uzmanlıkla ilgili faktörler: temel bilgi, teknolojik imkanlar, işgücü ve iletişim

Yukarıda listelenen faktörlerle ilgili hiyerarşik yapı, Şekil 1’de gösterilmiştir. Burada dört ana faktör A, B, C, D, simgeleri ile, bunların alt faktörleri de  $a_1, a_2, a_3, a_4, b_1, b_2, b_3, b_4, c_1, c_2, c_3, c_4, d_1, d_2, d_3, d_4$  simgeleri ile ifade edilmiştir.





**Şekil 1. Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilirliği ile İlgili Faktörler**

Hiyerarşik yapı oluşturulduktan sonra, belirlenen faktörler (kriterler) karar vericiler tarafından değerlendirilmiştir. Karar verici olarak; projeden sorumlu belediye başkan yardımcısı, kültür işleri müdürü, market sorumlusu ve bu alanda çalışmaları bulunan bir akademisyen seçilmiştir. Yukarıdaki faktörler ve alt faktörler karar vericiler tarafından değerlendirilerek verilen cevapların geometrik ortalamaları alınarak analizlerde kullanılmıştır.

Uzman görüşlerinin grup kararını içeren ikili karşılaştırma matrisleri, Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5’ te verilmiştir. Tablo 6’ da ana faktörlerin ikili karşılaştırmaları verilmiştir.

**Tablo 2. Yönetimle İlgili Faktörlerin İkili Karşılaştırması**

A	$a_1$	$a_2$	$a_3$	$a_4$
$a_1$	1.0000	2.0801	1.3104	1.4422
$a_2$	0.4807	1.0000	2.0000	1.2114
$a_3$	0.7631	0.5000	1.0000	1.0000
$a_4$	0.6934	0.8255	1.0000	1.0000

**Tablo 3. Kaynak Ve Uzmanlıkla İlgili Faktörlerin İkili Karşılaştırılması**

B	$b_1$	$b_2$	$b_3$	$b_4$
$b_1$	1.0000	6.0000	1.2331	0.3625
$b_2$	0.1667	1.0000	0.7211	0.1514
$b_3$	0.8110	1.3867	1.0000	0.5848
$b_4$	2.7589	6.6039	1.5874	1.0000

**Tablo 4. Devlet Desteği Ve Politikaları İlgili Faktörlerin İkili Karşılaştırması**

C	$c_1$	$c_2$	$c_3$	$c_4$
$c_1$	1.0000	1.7784	0.7631	0.7211
$c_2$	0.5623	1.0000	0.5026	0.2404
$c_3$	1.3104	1.9895	1.0000	0.5000
$c_4$	1.3867	4.1602	2.0000	1.0000

**Tablo 5. Paydaşlarla İlgili Faktörlerin İkili Karşılaştırması**

D	$d_1$	$d_2$	$d_3$	$d_4$
$d_1$	1.0000	0.1949	0.2513	0.3625
$d_2$	5.1299	1.0000	1.4422	1.0627
$d_3$	3.9791	0.6934	1.0000	1.8171
$d_4$	2.7589	0.9410	0.5503	1.0000

**Tablo 6. Ana Faktörlerin İkili Karşılaştırılması**

Ana Faktörler	A	B	C	D
A	1.0000	2.7144	1.9129	2.8845
B	0.3684	1.0000	1.3867	2.5198
C	0.5228	0.7211	1.0000	4.1602
D	0.3467	0.3969	0.2404	1.0000

İkili karşılaştırma tablolarından yararlanılarak, normalize matrisler elde edilmiştir. Daha sonra faktör ağırlıkları hesaplanmış ve her bir matrisin tutarlılığının belirlenmesi için Tutarlılık Oranları (CR) hesaplanmıştır.

Tablo 7' de RI değerleri verilmiştir. RI değerleri, rastgele değerler indeksini temsil etmektedir.

**Tablo 7. Alonso ve Lamata RI Değerleri**

Karar Alternatif Sayısı (n)	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>RI</b>	0.5245	0.8815	1.1086	1.2479	1.3417	1.4056	1.4499	1.4854	1.5141	1.5365

Elde edilen normalize matrisler, ağırlıklar ve tutarlılık oranları Tablo 8, Tablo 9, Tablo 10, Tablo 11 ve Tablo 12’ de verilmiştir.

**Tablo 8. Yönetimle İlgili Faktörlerin Ağırlık ve Tutarlılık Oranları**

A	$a_1$	$a_2$	$a_3$	$a_4$	$W_1$	CR
$a_1$	0.3405	0.4721	0.2468	0.3099	0.3423	<b>0.0460</b>
$a_2$	0.1637	0.2270	0.3766	0.2603	0.2569	
$a_3$	0.2598	0.1135	0.1883	0.2149	0.1941	
$a_4$	0.2361	0.1874	0.1883	0.2149	0.2067	
Toplam	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	

Yönetimle ilgili faktörlere” bakıldığında; “yönetimin girişimi ( $a_1$ )’ nin ağırlığı 0.3423 ile en yüksek değere sahip faktördür. Sonrasında sırasıyla, “proaktif planlama, bütçe ve “inovatif yöntemler ve “proaktif planlama gelmektedir.

**Tablo 9. Kaynak ve Uzmanlıkla İlgili Faktörlerin Ağırlık Ve Tutarlılık Oranları**

B	$b_1$	$b_2$	$b_3$	$b_4$	$W_1$	CR
$b_1$	0.2111	0.4003	0.2715	0.1727	<b>0.2639</b>	<b>0.0948</b>
$b_2$	0.0352	0.0667	0.1588	0.0722	<b>0.0832</b>	
$b_3$	0.1712	0.0925	0.2202	0.2787	<b>0.1906</b>	
$b_4$	0.5825	0.4405	0.3495	0.4765	<b>0.4623</b>	
Toplam	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	<b>1.0000</b>	

“Kaynak ve uzmanlıkla ilgili faktörler” Tablo 9’ da gösterilmiş ve “iletişim ( $b_4$ ) faktörü 0.4623 ağırlıkla en yüksek değere sahip olduğu görülmüştür. En düşük ağırlık değeri ise “teknolojik imkanlar ( $b_2$ ) faktöründedir.

**Tablo 10. Devlet Desteği Ve Politikaları İlgili Faktörlerin Ağırlık Ve Tutarlılık Oranları**

C	$c_1$	$c_2$	$c_3$	$c_4$	$W_1$	CR
$c_1$	0.2348	0.1992	0.1789	0.2930	0.2265	<b>0.0168</b>
$c_2$	0.1320	0.1120	0.1178	0.0977	0.1149	
$c_3$	0.3076	0.2228	0.2344	0.2031	0.2420	
$c_4$	0.3256	0.4660	0.4688	0.4063	0.4167	
Toplam	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	

“Devlet desteği ve politikaları” ile ilgili faktörler Tablo 10’ da gösterilmiş ve en önemli faktörün “etik ve güvenlik uygulamaları ( $c_4$ )” olduğu görülmüştür. En düşük ağırlığa sahip faktör “etkin olmayan politikalar” şeklinde ortaya çıkmış bu da devlet politikalarının sosyal girişimleri desteklediği yönünde bir yapısı olduğu uzman görüşlerine göre ortaya konulmuştur.

**Tablo 11. Paydaşlarla İlgili Faktörlerin Ağırlık Ve Tutarlılık Oranları**

D	$d_1$	$d_2$	$d_3$	$d_4$	$W_1$	CR
$d_1$	0.0777	0.0689	0.0775	0.0854	0.0774	<b>0.0286</b>
$d_2$	0.3987	0.3534	0.4446	0.2505	0.3618	
$d_3$	0.3092	0.2451	0.3083	0.4283	0.3227	
$d_4$	0.2144	0.3326	0.1696	0.2357	0.2381	
Toplam	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	

“Paydaşlarla ilgili faktörler” Tablo 11’ de gösterilmiş “tanıtım faaliyetleri” ve “sosyal girişimlere olan bakış açısı” faktörleri birbirlerine yakın en yüksek değerleri almışlardır. Bu durum başarılı tanıtım faaliyetlerin sosyal girişimlere karşı bakış açısını olumlu yönde etkileyebilir şeklinde yorumlanabilir. “Tüketicilerin motivasyonu” ise oldukça düşük ağırlıkta olup bu çalışmada incelenen Sosyal Market’ in müşteri motivasyonundan çok hayırseverlerin motivasyonunun daha önemli olduğu uzmanlarca ayrıca belirtilmiştir.

**Tablo 12. Ana Faktörlerin Ağırlık Ve Tutarlılık Oranları**

Ana Faktörler	A	B	C	D	$W_1$	CR
A	0.4469	0.5617	0.4213	0.2730	0.4257	<b>0.0706</b>
B	0.1646	0.2069	0.3054	0.2385	0.2289	
C	0.2336	0.1492	0.2203	0.3938	0.2492	
D	0.1549	0.0821	0.0529	0.0947	0.0962	
Toplam	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	

Ana faktörlerin gösterildiği Tablo 12’ de bakıldığında ise “yönetimle ilgili faktörlerin” ağırlığının en yüksek değere sahip olduğu görülmektedir. Daha sonra devlet desteği ve devlet politikalarıyla ilgili unsurlar, sosyal girişimciliğin sürdürülmesinde, en önemli faktörler olduğu

saptanmıştır. Dolayısıyla Sosyal Market' in sürdürülebilirliği konusunda, yönetimin girişimi ve desteği son derece önemlidir.

## 5. SONUÇ

Sosyal girişimcilik, kültürel faaliyetler, hayırsever yaklaşımlar, sportif olaylar, adil gelir dağılımı veya kaynakların adil dağılımı gibi önceliği kar olmayan farklı amaçlara yoğunlaşmayı sağlayan bir kavramdır. Sosyal girişimciliğin uygulama alanı çok geniştir. Bu çalışmada sosyal girişimcilik, ihtiyaç sahibi vatandaşların gıda, giyim ve temizlik malzemesi gibi günlük ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olan ve Sosyal Market Projesi çerçevesinde ele alınmıştır. Sosyal Market Projesi, yenilikçi bir yaklaşımla, sosyal sorunları çözmek, sosyal değer yaratma amacıyla kamu eliyle kurulmuştur. Bu özelliği ile Sosyal Market sadece hayırsever bir yaklaşımdan ziyade sürdürülebilir bir sosyal girişim örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmada, sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliğinin önünde yer alabilecek engellerin önem derecelerinin belirlenmesi için AHS yöntemi kullanılmıştır. AHS, birçok seçenek içerisinde karar vericinin belirlediği ölçütler çerçevesinde karar seçeneklerini önem sırasına göre sıralayan çok kriterli karar verme yöntemlerinden biridir.

Yapılan uygulamada sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliği ile ilgili faktörler dört ana başlık, 16 alt başlık altında incelenmiştir. Bunlardan, yönetimle ilgili olan faktörler 0.4257 ağırlık değeri ile diğerlerine göre daha yüksek bir değere sahip olmuştur. Yönetimle ilgili alt faktörlere bakıldığında ise, girişimcilik becerisi 0.3423 ağırlık değeri ve yönetimin planlama yeteneği 0.2569 değeri ile ön plana çıkmıştır. İkinci önemli faktör ise, 0.2492 ağırlık değeri ile devlet desteği ve devlet politikaları olmuştur. Devlet desteği ile ilgili olarak alt faktör olarak etik uygulamalar 0.4167 ağırlık değeri ve etkin olmayan devlet politikaları da 0.2265 ağırlık değeri olarak en önemli faktörler olarak bulunmuştur. Üçüncü önemli faktör ise kaynak ve uzmanlıkla ilgili faktörler olarak 0.2289 ağırlık değeri almıştır. Bu faktöre bağlı alt faktörlerden 0.4623 ağırlık değeri alan iletişim faktörü bu tür uygulamalarda önemli bir rolü olduğunu göstermektedir. En düşük önem derecesine sahip faktör ise 0.0962 ağırlık değeri ile paydaşlarla ilgilidir.

Sonuç olarak, sosyal girişimciliğin sürdürebilmesi için, planlayan, uygulayan, koordine eden, kontrol eden ve iletişim becerisi yüksek iyi bir yöneticiye gerek duyulmaktadır. Yönetimle ilgili sorunların çözümüne öncelik verilmesi gerekmektedir. Yönetimle ilgili göz ardı edilen bir sorun, sosyal girişimciliğin sürdürülmesini engelleyecektir.

Ayrıca, sosyal girişimcilik faaliyetleriyle hedeflenen amaçlar ile devletin bu alanla ilgili politika amaçlarının birbiri ile uyumlu olması bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Devletin, sosyal girişimciliği teşvik edici politikaları daha etkin hale getirmesi ve söz konusu uygulamalar ile sosyal girişimciliğin sürdürülmesinin önündeki engelleri kaldırması gerekmektedir.

Sosyal girişimciliğin sürdürülmesinin önündeki engellerin belirlenmesi ve bu engellerin önem derecelerinin belirlenmesi amacını taşıyan çalışmaya literatürde rastlanılmamıştır. Bu anlamda bu çalışmanın literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir.

**KAYNAKÇA**

- ALONSO, J. A. & LAMATA, T. (2006), “Consistency in The Analytic Hierarchy Process: A New Approach”, *International Journal of Uncertainty, Fuzziness an Knowledge-Based Systems*, Vol. 14, No. 4, 445-459
- ALVORD, S. H., BROWN, L. D., & LETTS, C. W. (2004). “Social Entrepreneurship And Societal Transformation: An Exploratory Study”, *The Journal Of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
- ASLAN, G. ARAZA, A. ve BULUT, Ç. (2012), “Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (7:2), 69-88
- AUSTIN, J. STEVENSON, H. & WEI-SKILLERN, J. (2012). *Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? Revista de Administração*, 47(3), 370-384.
- CAPUTO, A. C. PELAGAGGE, P. M. & SALINI, P. (2013), “AHP-Based Methodology For Selecting Safety Devices Of Industrial Machinery”, *Safety Science*, 53, 202-218.
- CERTO, S. T. & MILLER, T. (2008), *Social Entrepreneurship: Key Issues And Concepts. Business Horizons*, 51(4), 267-271.
- DACIN, M. T. DACIN, P. A. & TRACEY, P. (2011), *Social Entrepreneurship: A Critique And Future Directions. Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- DAĞDEVİREN, M. YAVUZ, S. & KILINÇ, N. (2009), “Weapon Selection Using The AHP And TOPSIS Methods Under Fuzzy Environment”, *Expert Systems With Applications*, 36(4), 8143-8151.
- DART, R. (2004), “The Legitimacy Of Social Enterprise”, *Nonprofit Management&Leadership*, Vol: 14, No: 4, S: 411 – 424.
- DEES, J. G. (2007). “Taking Social Entrepreneurship Seriously”, *Society*, 44(3), 24-31.
- DEFOURNY, J. & NYSSSENS, M. (2010), “Conceptions Of Social Enterprise And Social Entrepreneurship In Europe And The United States: Convergences And Divergences”, *Journal Of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- DYLLICK, T. & HOCKERTS, K. (2002), “Beyond The Business Case For Corporate Sustainability”, *Business Strategy And The Environment*, DOI: 10.1002/Bse.323.
- GARTNER, W. (1988), “Who is An Entrepreneur? Is The Wrong Question”, *American Journal Of Small Business*, 12(4): 11-32.
- GOODLAND, R. & DALY, H. (1996), “Environmental Sustainability: Universal And Non-Negotiable”, *Ecological Applications*, Vol: 6, No: 4, S: 1002 – 1017.
- IVANOVA, ELİSSAVETA & GIBCUS, PETRA (2003), “ The Decision-Making Entrepreneur”, *Business Policy And Research*. S.5
- JONES, P. CLARKE-HİLL C. & COMFORT, D. (2008), “Marketing And Sustainability”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 26 No. 2, 123-130.

- KAOSER, M. RASHİD, M. VE AHMED, S. (2014), “Selecting A Material For An Electroplating Process Using AHP And VIKOR Multi Attribute Decision Making Method”, Proceedings Of The 2014 International Conference On Industrial Engineering And Operations Management, S.834-841.
- KOÇAK, O, KAVİ, E. (2015) “Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik”, Hak İş Uluslararası Emek Ve Toplum Dergisi, 3 (6) , 26-49.
- KUNDAKÇI, N. ADALI, E. A. & IŞIK, A. T. (2015), “Tourist Hotel Location Selection With Analytic Hierarchy Process”, Journal Of Life Economics, 2(3), 47-58.
- KÜMBÜL GÜLER, B. (2011), “Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13/3.
- LETHONEN, M. (2004), “The Environmental- Social Interface Of Sustainable Development: Capabilities, Social Capital, Institutions”, Ecological Economics, Doi:10.1016/J.Ecolecon.2004.03.019
- LUTHRA, S. MANGLA, S.K. XU L.DİABAT A. (2016), “Using AHP To Evaluate Barriers in Adopting Sustainable Consumption And Production Initiatives in A Supply Chain”, International Journal Of Production Economics, , Vol:181, Pages:342,349.
- MAIR, J. & MARTI, I. (2006), “Social Entrepreneurship Research: A Source Of Explanation, Prediction, And Delight”, Journal Of World Business, 41(1), 36-44.
- ÖZBAKIR, M. ve VELİOĞLU NURTANIŞ, M. (2010), “Pazarlamaya Sürdürülebilirlik Çerçevesinden Bakış Ve Bir Örnek Olay Analizi”, Tüketici Ve Tüketim Araştırmaları Dergisi”, Sayı:2, Cilt: 2, S: 71 – 99.
- ÖZBEK, A. (2017), Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel ile Problem Çözümü, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Pamukkale Belediyesi, Sosyal Market, Erişim Tarihi: 20.09.2019  
<https://www.pamukkale.bel.tr/sosyalmarket/index.php?sayfa=71>
- PEHLİVAN, H. ve KESKİNOCAK, E. (2013), “Teneke Kutu Kurutma Fırınlarının AHP Tekniğiyle Değerlendirilmesi”, Sakarya Üniversitesi, Fen Bilimleri Dergisi, C.17, S.2, S.173-179.
- PEREDO, A. M. & MCLEAN, M. (2006), “Social Entrepreneurship: A Critical Review Of The Concept”, Journal Of World Business, 41(1), 56-65.
- RANGANATHAN, J. (1998), “Sustainability Rulers: Measuring Corporate Environmental And Social Performance”, Sustainability Enterprise Perspective. May. 1-11. Washington.
- SAATY, T. L. & SODENKAMP, M. (2008), “Making Decisions in Hierarchic And Network Systems”, International Journal Of Applied Decision Sciences, 1(1), 24-79.
- SAATY, T. L. VARGAS, L. G. (2001), Models, Methods, Concepts Ve Applications Of The Analytic Hierarchy Process, Massachuset: Kluwer Academic Publishers.

- SANTOS, F. M. (2012), “A Positive Theory Of Social Entrepreneurship”. *Journal Of Business Ethics*, 111(3), 335-351.
- SCARBOROUGH, N. M. (2014), *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*, Girişimciliğin Ve Küçük İşletme Yönetiminin Temelleri, Çev. Gamze Sert, Nobel Yayınları, Ankara.
- SEELOS, C. & MAİR, J. (2005), “Social Entrepreneurship: Creating New Business Models To Serve The Poor”, *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
- SULLIVAN MORT, G. WEERAWARDENA, J., & CARNEGIE, K. (2003), “Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation”, *International Journal Of Nonprofit And Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- TAŞ, H.Y. KÜÇÜKOĞLU M, ÖZCAN, SELAMİ (2016), “Osmanlıdan Günümüze Sosyal Girişimcilik Örnekleri Ve Toplum Kazandırdıkları”, 2. Uluslararası Çin’den Adriyatik’e Sosyal Bilimler Kongresi Kongre Kitabı, 258-266.
- THOMPSON, J. L. (2002), “The World Of The Social Entrepreneur”, *International Journal Of Public Sector Management*, 15(5), 412-431.
- THOMPSON, J. L. (2002), “The World Of Social Entrepreneur”, *The International Journal Of Public Sector Management*, Vol: 15 No: 5, S: 412 – 431. DOI 10.1108/09513550210435746
- VATANSEVER, K. ve ULUKÖY, M. (2013), “Kurumsal Kaynak Planlaması Sistemlerinin Bulanık AHP ve Bulanık MOORA Yöntemleriyle Seçimi: Üretim Sektöründe Bir Uygulama”, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2) , 274-293.
- Vikipedi Özgür Ansiklopedi, Sosyal Girişimcilik, Erişim Tarihi: 20.08.2019 [https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_giri%C5%9Fimcilik](https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_giri%C5%9Fimcilik)
- WEERAWARDENA J., MORT G. S. (2006), “Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model”, *Journal Of World Business*, Vol. 41, Pages: 21 – 35.
- YILDIRIM, B. F. VE ÖNDER, E. (2014), *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*, 1. Baskı, Dora Basım-Yayım Dağıtım, Bursa.
- ZHU, Q. & SARKIS, J. (2004). “Relationships Between Operational Practices And Performance Among Early Adopters of Green Supply Chain Management Practices In Chinese Manufacturing Enterprises”, *Journal of Operations Management*, Doi:10.1016/J.Jom.2004.01.005.