



BİFD

MAKÜ

EKİM/OCTOBER 2022 CİLT/VOLUME 5 SAYI/ISSUE 2

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

**BUCAK İŞLETME
FAKÜLTESİ
DERGİSİ**

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY UNIVERSITY

**JOURNAL OF BUCAK
BUSINESS ADMINISTRATION FACULTY**

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak İşletme Fakültesi Dergisi
Burdur Mehmet Akif Ersoy University Journal of Bucak Business Administration Faculty
Cilt: 5 Sayı: 2 Yıl: 2022
Volume: 5 Issue: 2 Year: 2022

Sahibi / Publisher

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer TEKŞEN

Editör / Editor

Prof. Dr. Ömer TEKŞEN

Editör Yardımcıları / Associate Editors

Doç. Dr. Nil Esra DAL
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KAHRAMAN

Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT – Yönetim ve Organizasyon
Doç. Dr. Nil Esra DAL – Üretim Yönetimi ve Pazarlama
Dr. Öğr. Üyesi Nazlıgül GÜLCAN – Ekonomi ve Finans

Yazışma Adresi / Correspondence

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Bucak İşletme Fakültesi
Bucak / BURDUR
<http://dergipark.org.tr/bifd>
bif@mehmetakif.edu.tr

Dil Editörü /Language Editor

Arş. Gör. Funda KIRAN

Sekreteryaya / Secretariat

Arş. Gör. Bahar TAŞ
Arş. Gör. Bengisu HANIMOĞLU
Arş. Gör. Funda KIRAN
Arş. Gör. Muhammed Furkan TAŞCI

E-ISSN: 2687-3826

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak İşletme Fakültesi Dergisi ASOS INDEKS (Ulusal), DRJI - Directory of Research Journals Index (Uluslararası), I2OR - International Institute of Organized Research (Uluslararası), ACARINDEX - Academic Researches Index (Ulusal), ResearchBib (Uluslararası) ve EuroPub(Uluslararası) tarafından indekslenmektedir.

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Adem KORKMAZ
Prof. Dr. Adnan KALKAN
Prof. Dr. Durmuş ACAR
Prof. Dr. Hüseyin DALGAR
Prof. Dr. Ömer TEKŞEN
Prof. Dr. Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT
Doç. Dr. Nil Esra DAL
Doç. Dr. Osman AKIN
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KAHRAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Nazlıgül GÜLCAN

Danışma Kurulu - Bilim Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Adem KORKMAZ (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Prof. Dr. Adnan DÖNMEZ (Akdeniz Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ (Pamukkale Üniversitesi)
Prof. Dr. Başak ATAMAN GÖKÇEN (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Belkıs ÖZKARA (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Berrin ONARAN (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Can Deniz KÖKSAL (Akdeniz Üniversitesi)
Prof. Dr. Cemal ZEHİR (Yıldız Teknik Üniversitesi)
Prof. Dr. Durmuş ACAR (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Prof. Dr. Erkan POYRAZ (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatma Neval GENÇ (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayfer Ferda ERDEM (Akdeniz Üniversitesi)
Prof. Dr. Feriştah SÖNMEZ (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)
Prof. Dr. Feyzullah EROĞLU (Pamukkale Üniversitesi)
Prof. Dr. Hayrettin USUL (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)
Prof. Dr. Himmet KARADAL (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Prof. Dr. İbrahim Atilla ACAR (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)
Prof. Dr. İsmail BEKÇİ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Prof. Dr. Lütfihak ALPKAN (İstanbul Teknik Üniversitesi)

- Prof. Dr. Marek PAWLAK (Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II)
- Prof. Dr. Mehmet GENÇTÜRK (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Mehmet KARACA (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
- Prof. Dr. Mehmet KARAGÜL (Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
- Prof. Dr. Muazzez BABACAN (Emekli Öğretim Üyesi)
- Prof. Dr. Nejat BASIM (Başkent Üniversitesi)
- Prof. Dr. Nezihe Figen ERSOY (Anadolu Üniversitesi)
- Prof. Dr. Nikolaos APERGIS (Πανεπιστήμιο Πειραιώς)
- Prof. Dr. Nilüfer KOÇAK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
- Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Osman BAYRÍ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Oya ERDİL (Gebze Teknik Üniversitesi)
- Prof. Dr. Ramazan ERDEM (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Selahattin KARABINAR (İstanbul Üniversitesi)
- Prof. Dr. Süleyman UYAR (Alanya Alaattin Keykubat Üniversitesi)
- Prof. Dr. Süleyman YÜKÇÜ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
- Prof. Dr. Umut AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
- Prof. Dr. Vedat EKERGİL (Anadolu Üniversitesi)
- Prof. Dr. Yusuf KADERLİ (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)
- Prof. Dr. Yücel BOZDAĞLIOĞLU (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)
- Prof. Dr. Zihni TUNCA (Süleyman Demirel Üniversitesi)

Derginin Amacı ve Kapsamı / Aim and Scope of Journal

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak İşletme Fakültesi Dergisi, Nisan ve Ekim aylarında olmak üzere yılda 2 sayı olarak yayımlanan hakemli bir bilimsel dergidir. Dergi, işletme bilim dalının yönetim ve strateji, örgüt teorisi, insan kaynakları yönetimi, örgütsel davranış, üretim yönetimi, pazarlama, muhasebe, finans gibi farklı alanlarında ve ayrıca işletme bilimi ile bağlantılı olarak istatistik, ekonometri, yöneylem araştırması gibi alanlarda üretilmiş bilimsel makalelere yer vererek, alanda mevcut bilginin geliştirilmesine, yeni bilginin oluşturulmasına ve bu bilginin ilgili çevrelere sunulmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Yayın dili Türkçe ve İngilizce dilleridir.

Dergi Kurulları / Committees of Journal

Yayın Kurulu

Yayın Kurulu üyesi; ilgili akademik birimlerde görev yapan, alanında bilimsel çalışmalarıyla öne çıkmış öğretim elemanları arasından başvuruda bulunanlar veya Akademik Birimin yönetim kurulu üyelerinin önereceği adaylar arasından akademik birim yönetim kurulu tarafından 2 yıl süre için seçilen en az 7 üye ve doğal üyelere oluşur ve görev süresi sona eren üye aynı usulle tekrar görevlendirilebilirler. Yayın Kurulu Üyesi, akademik birim yönetim kurulunun gerekli gördüğü hallerde görevden alınabilir. Boşalan üyenin yerine kalan süreyi tamamlamak için akademik birim yönetim kurulunca yeni üye seçimi aynı usulle yapılır.

Bilim/ Danışma Kurulu

Bilim/ Danışma Kurulu üyesi, editör tarafından, belirlenen profesör ünvanlı öğretim üyeleri izinleri doğrultusunda belirlenir.

Hakem kurulu

Hakem kurulu üyeleri, Yayın Kurulu üyelerinin önerdiği kişiler arasından Editör tarafından belirlenir.

Dergi Yayın Süreci ve Kuralları / Publishing Process and Rules of Journal

Dergide yayınlanmak üzere gönderilen bilimsel çalışmalar, editör ve/veya yayın kurulu tarafından dergi ilke ve yazım kurallarına uygunluğu incelenir. Uygun bulunan özgün çalışmalar, kör hakemlik “peer-review” ilkeleri doğrultusunda hakem kurulundan 2 hakeme gönderilir. Hakemlerden 15 gün içerisinde değerlendirme kabul onayı gelmediği takdirde çalışma başka bir hakeme gönderilir. Ayrıca değerlendirilmesi amacıyla hakemlerden 1 ay içerisinde değerlendirme raporu gelmediğinde çalışma değerlendirilmek üzere başka bir hakeme gönderilir. Hakemler tarafından sunulan makale raporlarının biri olumlu ve bir diğeri olumsuzsa makale, üçüncü bir hakeme değerlendirilmek üzere gönderilir. Hakemlerden gelecek kararlar doğrultusunda özgün çalışmalar yayınlanır ya da reddedilir. Dergi yayın ilkelerine ve yazım kurallarına uygun olmayan çalışmalar çalışma sahibine/sahiplerine düzeltmeleri sağlamaları için geri gönderilir.

Dergide yayınlanan çalışmalar için ücret alınmamakla birlikte, çalışması yayınlanan yazar/yazarlara da ücret ödenmemektedir. Ayrıca yazar/yazarlar, dergiye gönderilen çalışmaların tüm yayın haklarının Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak İşletme Fakültesi Dergisi'ne ait olduğunu kabul eder. Dergide yayınlanan çalışmaların bilimsel ve hukuksal sorumluluğu yazarlarına aittir.

Editör'den



Değerli Bucak İşletme Fakültesi Dergisi Okuyucuları;

Uluslararası indekste taranan Bucak İşletme Fakültesi Dergisi 2018 yılından günümüze Nisan ve Ekim aylarında olmak üzere yılda iki kez internet ortamında açık erişimli olarak yayımlanmaktadır. Çift-kör hakemlik sürecini işleterek, alanda mevcut bilginin geliştirilmesi, yeni bilginin oluşturulması ve bu bilginin ilgili çevrelere sunulması amaçları doğrultusunda sosyal bilimler alanında akademik ve bilimsel çalışmalar yayımlayan dergi her sayıda kendini geliştirerek ilerlemektedir. Bu eksende dergi, Nisan ayında yayınlanan son sayısından bu güne üç yeni veri tabanında daha indekslenmiştir. Titizlikle takip ederek izlediği süreç neticesinde yayınlanmaya hak kazanan çalışmaların sayısında da artış sağlamıştır. 5. cilt 2. sayısında 11 araştırma makalesi ve 2 derleme makale yer almaktadır.

Derginin kurulma aşamasından bugüne kadar geçen sürede derginin amaçları doğrultusunda ilerlemesine katkıda bulunan tüm yazarlarımıza, hakemlerimize, yayın kurulu, danışma-bilim kurulu ve sekretarya üyelerine ayrıca teşekkür ederim.

Saygılarımla...

Editör
Prof. Dr. Ömer TEKŞEN

Dear Readers of Journal of Bucak Business Administration Faculty;

Journal of Bucak Business Administration Faculty, which is reviewed in the international index, has been published as open access on the internet, since 2018. From this year; the journal has continued its publications twice a year, in April and October. Journal, which publishes academic and scientific studies in the field of business by operating the double-blind peer review process and aims to shed light on the development of knowledge, create new information and present this knowledge to the relevant circles, progresses by improving itself in every issue. Accordingly, the journal has been indexed in three new databases since its last issue in April. As a result of the process followed by studiously, the number of studies that have right to be published increased. So, there are 11 research articles and 2 review articles in the second issue of the fifth volume.

I would like to thank all our authors, referees, members of editorial board, advisory-scientific board, and secretariat for their contribution to help progress in accordance with purpose of the journal, from the establishment of the journal to the present.

Best regards...

Editör
Prof. Dr. Ömer TEKŞEN

Sayı Hakemleri / Reviewers of the Issue

- Prof. Dr. Fatih ECER / Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ganite KURT / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. İrfan ERTUĞRUL / Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat AYPEK / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Berat ÇİÇEK / Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Doç. Dr. Haşim BAĞCI/ Aksaray Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet ÖZMEN/ Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuzhan ERDOĞAN / Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Osman AKIN / Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Tülay ÖZKAN/ Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Yakup DURMAZ / Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alişan BALTAÇI/ Yüksek İhtisas Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Arife ÖZDEMİR HÖL / Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül CİĞER/ Akdeniz Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emrah Sıtkı YILMAZ/ Gaziantep Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Eyup ATIOĞLU / Kapadokya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İkbal KARATAŞLI / Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kadir DELİGOZ/ Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞLAM/ İstanbul Ticaret Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Melih Naci AĞAOĞLU / Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa BAYHAN / Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Namıka BOYACIOĞLU / Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nil ÇOKLUK / Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nisa SEÇİLMİŞ / Gaziantep Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Süreyya KOVACI/ Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Volkan TEMİZKAN/ Karabük Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Mutlu ARMAN / Pamukkale Üniversitesi

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD	95
DANIŞMA KURULU - BİLİM KURULU / ADVISORY BOARD	95
DERGİNİN AMACI VE KAPSAMI / AIM AND SCOPE OF JOURNAL	97
DERGİ KURULLARI / COMMITTEES OF JOURNAL.....	97
DERGİ YAYIN SÜRECİ VE KURALLARI / PUBLISHING PROCESS AND RULES OF JOURNAL..	97
EDİTÖR'DEN / FROM THE EDITOR.....	98
SAYI HAKEMLERİ / REVIEWERS OF THE ISSUE	99

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEACH ARTICLES

SEÇİLİ OECD ÜLKELERİNDE AR-GE TEŞVİKLERİ VE ENDÜSTRİ ÜRETİMİ İLİŞKİSİ THE RELATIONSHIP BETWEEN R&D INCENTIVES AND INDUSTRY PRODUCTION IN SELECTED OECD COUNTRIES SİNAN ÇINAR, BANU HAS.....	102
KARAMAN İLİNDE FİNANSAL OKURYAZARLIK SEVİYESİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA AN APPLICATION FOR DETERMINING FİNANCIAL LITERACY LEVEL IN KARAMAN PROVINCE ARZU ÖZMERDİVANLI, SEVİLAY KARAGÖZ.....	114
DİNDARLIĞIN GÖSTERİŞ TÜKETİMİ ÜZERİNE ETKİSİ THE EFFECT OF RELIGIOUSNESS ON CONSPICUOUS CONSUMPTION PAPATYA TOPCU, NİL ESRA DAL.....	133
MOBİL PAZARLAMA: TÜRKİYE'DEKİ LİSANSÜSTÜ TEZLERE İLİŞKİN İÇERİK ANALİZİ (2007– 2022) MOBILE MARKETING: A CONTENT ANALYSIS ON POSTGRADUATE AND DOCTORATE THESES IN TÜRKİYE (2007-2022) FATİH GEÇTİ.....	154
İMALAT İŞLETMELERİNDE ATIK YÖNETİMİ: LİTERATÜRDE YER ALAN ÇALIŞMALARIN İNCELENMESİ WASTE MANAGEMENT IN MANUFACTURING ENTERPRISES: ANALYSIS OF STUDIES IN THE LITERATURE BEKİR DEĞİRMENCİ.....	176
TÜRKİYE'DE 1995-2018 YILLARI ARASINDA ÇEVRE MUHASEBESİNE YÖNELİK ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE ACADEMIC STUDIES ON ENVIRONMENTAL ACCOUNTING IN TÜRKİYE BETWEEN 1995-2018 OSMAN NURİ ŞAHİN, SÜLEYMAN VAROL.....	196
KOBİLERDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM ÜZERİNE BİLİM HARİTALAMA ANALİZİ SCIENCE MAPPING ANALYSIS ON DIGITAL TRANSFORMATION IN SMES KAMİL TAŞKIN	219

COVID-19 PANDEMİSİNİN SAĞLIK İŞLETMELERİNE FİNANSAL ETKİSİ: MLP SAĞLIK GRUBU ÖRNEĞİ

FINANCIAL IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON HEALTHCARE BUSINESSES: THE CASE OF MLP HEALTHCARE GROUP

AYDIN ŞENOL, MEHMET HALİT METİN 233

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KENT İÇİ ULAŞIMA BAKIŞI: ÇANAKKALE İLİ ÖRNEĞİ
UNIVERSITY STUDENTS VIEW INNER CITY TRANSPORTATION: EXAMPLE OF ÇANAKKALE PROVINCE

ASİME DİLARA ERDEM, ALPER BİLGİLİ..... 251

HİKAYE ANLATICILIĞI VE ETKİLİ LİDERLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA
A QUALITATIVE RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN STORYTELLING AND EFFECTIVE LEADERSHIP

BÜŞRA MÜCELDİLİ, ILGI DURAN 278

TEDARİK ZİNCİRLERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR İMALATIN ÖNÜNDEKİ ENGELLEYİCİ FAKTÖRLERİN TAM TUTARLILIK YÖNTEMİYLE (FUCOM) DEĞERLENDİRİLMESİ
EVALUATION OF BARRIERS ON SUSTAINABLE MANUFACTURING IN SUPPLY CHAINS WITH THE FULL CONSISTENCY METHOD (FUCOM)

GÜLŞAH SEZEN AKAR..... 298

DERLEME MAKALESİ/REVIEW ARTICLE

İSLAMİ FİNANSIN GAYRİMÜSLİM ÜLKELERDE GELİŞİMİ, KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR VE ÖNERİLER

DEVELOPMENT OF ISLAMIC FINANCE IN NON-MUSLIM COUNTRIES, CHALLENGES AND RECOMMENDATIONS

DİLŞAD TÜLGEN ÇETİN 319

İŞYERİ NEZAKETSİZLİĞİ: KAVRAMSAL BİR İNCELEME
WORKPLACE INCIVILITY: A CONCEPTUAL REVIEW

GAMZE ÖZCAN 341

DERGİ YAYIN İLKELERİ / JOURNAL PUBLICATION PRINCIPLES 368

YAZIM KURALLARI / SPELLING RULES 368

MAKALE GÖNDERİMİ / SUBMITTING ARTICLES 372



Seçili OECD Ülkelerinde Ar-Ge Teşvikleri ve Endüstri Üretimi İlişkisi¹

Sinan ÇINAR^{2*}, Banu HAS³

Geliş Tarihi/Received Date: 13.04.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 18.08.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Araştırma ve geliştirme (ar-ge) faaliyetleri ülke ekonomilerinde bilimsel ve teknolojik yeniliklerin temelini oluşturmaktadır. Bundan dolayı araştırma ve geliştirme faaliyetleri son derece önemlidir. Endüstriyel üretim ise ülke ekonomilerinde büyümenin motoru kabul edilen sektörlerden bir tanesidir. Çalışmada seçili OECD ülkeleri için ar-ge vergi teşvik oranları ile ilgili ülkelerin endüstriyel üretimleri arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Çalışmada 2000 ile 2020 yılları arasında seçili OECD ülkelerinde Ar-ge vergi teşvik oranları ile endüstriyel üretim oranları arasında ilişkinin ekonometrik yöntemler aracılığı ile analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Kullanılan yöntem panel eşbütünleşme yöntemidir. Çalışmada 14 OECD ülkesi için analizler gerçekleştirilmiştir. Güncel verilerle ilgili değişkenler kullanılarak OECD ülkelerinde ar-ge vergi teşvik oranları ile endüstri üretimi arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma olması yönlerinden literatüre katkı sağlanmaktadır. Yapılan analizler sonucunda seçili OECD ülkelerinde ar-ge vergi teşvik oranlarındaki %1'lik artışın endüstriyel üretimde %0.88'lik artış sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ar-ge / Endüstriyel Üretim / Panel Eşbütünleşme / OECD Ülkeleri

¹ Bu çalışma 26.06.2021 tarihinde gerçekleşen 7. Uluslararası GAP Sosyal Bilimler Kongresinde sunulan 'The Relationship Between R&D Incentives and Industry Production In Selected OECD Countries' çalışmasının geliştirilmiş halidir.

² Doktora öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Orcid No: 0000-0002-2756-5875

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: sinancinar110@gmail.com

³ Doktora öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Orcid No: 0000 0001-7693-8490

The Relationship Between R&D Incentives and Industry Production In Selected OECD Countries

ABSTRACT

Research and development activities constitute the basis of scientific and technological innovations in national economies. Therefore, research and development activities are vitally important. Industrial production, on the other hand, is one of the sectors considered as the engine of growth in national economies. In this study, the relationship between the R&D tax incentive rates for selected OECD countries and the industrial production of the relevant countries was analyzed. In the study, it is aimed to analyze the relationship between R&D tax incentive rates and industrial production rates in selected OECD countries between 2000 and 2020 through econometric methods. Panel cointegration method was used within the scope of analysis. In the study, analyzes were carried out for 14 OECD countries. The study contributes to the literature in terms of being a study that examines the relationship between R&D tax incentive rates and industry and production in OECD countries by using variables related to current data. According to the data obtained, 1% increase in R&D tax incentive rates in selected OECD countries resulted in an increase of 0.88% in industrial production.

Keywords: R&D / Industrial Production / Panel Cointegration / OECD Countries

1.GİRİŞ

Tarihsel süreç incelendiğinde, sanayi sektörünün ülkelerin büyümesi ve kalkınması sürecinde son derece önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Sanayi sektörü ve iktisadi büyüme ilişkisi teorik olarak olduğu kadar uygulamalı iktisat alanında da önemli bir konudur. Kaldor'a göre ülkelerin GSYİH'ları ile ülke ekonomisinin önemli bir parçası olan sanayi sektörü arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Kaldor ayrıca sanayi sektörünü ülke ekonomileri için 'büyümenin motoru' olarak görmektedir. Çünkü ülke ekonomisi içerisinde sanayi sektörünün payının artması ve bunun ekonomide yaratacağı dışsallıkların ülkelerin iktisadi büyümelerini artıracaklarını öngörmektedir. Kaldor, ülke ekonomilerinde sanayileşmeye dayalı iktisadi büyüme modeli sayesinde işgücünün, azalan verimler yasası kaynaklı olarak marjinal ürünün ortalama üründen daha düşük olduğu tarım sektöründen sanayi sektörüne doğru geçiş yapacağını, bununla birlikte sanayi sektörü içerisinde işgücü verimliliğinin artış göstereceğini ileri

sürmektedir. Sanayi sektöründe meydana gelen bu olumlu gelişmenin ülkelerin GSYİH'larına pozitif anlamda katkı sağlayacağını ileri sürmektedir (Kaldor, 1968).

Araştırma ve geliştirme (ar-ge) harcamaları ise ülke ekonomilerinde yeni bir ürün elde etmek veya yeni bir üretim teknolojisi geliştirmek amacı ile yapılan harcamalardır veya ilgili araştırma ve geliştirme faaliyetleri kapsamında; yeni ürün, yeni üretim yöntemi, yeni varlıklar ve yeni sistem ve hizmetler sağlamak için yapılması gereken harcama giderlerine karşılık gelmektedir (Öğredik, 2005: 1). Araştırma ve geliştirme faaliyetleri yeni bir ürün veya üretim süreci ortaya koymak için ihtiyaç duyulan bir faaliyet alanıdır. Ülke ekonomilerinde ar-ge harcamaları, önemli bir iktisadi aktör olan firmaların ürettiği ürünlerin kalite ve standartlarını yükseltmek ile birlikte, firmaların maliyetlerini düşürmesi için de önemli bir araç olmaktadır. Ayrıca ar-ge faaliyetleri ile işletmeler ürettikleri nihai mal ve hizmetleri hanehalklarının isteklerine göre üretebilmektedir (İltaş ve Bulut, 2017: 46). Bu durum talep artışı yaratmakta ve ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Ar-ge faaliyetleri ile birlikte işletmeler varlıklarını sürdürülebilmekte, mevcut pazar paylarını korumakla birlikte yeni pazarlar elde etmekte, kârını artırarak ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Ayrıca dış pazarlarda rekabet üstünlüğü elde etmekte ve böylece ihracat artışı ile birlikte iktisadi büyümeyi teşvik etmektedir. Teknolojik ve üretkenliği artıran yenilikler ülkelerin ekonomik büyüme oranlarını arttırmalarında son derece önemli bir görev üstlenmektedir. Ar-ge harcamalarını artırıcı herhangi bir faaliyet yenilikçiliği artırmakla birlikte; bu süreç ülkelerin iktisadi büyümelerini sağlayabilmeleri adına pozitif sonuçlar doğurmaktadır (Bilbao Osorio ve Rodriguez Pose, 2004: 434). Tüm bu nedenler dolayısıyla ülke ekonomilerinde sanayi sektörünün gelişmesi önemli bir unsur olmakta, sanayi sektörünün gelişmesi için ülke ekonomilerinde ar-ge teşvikleri önemli bir yer tutmaktadır.

Bu çalışmada özgün değişkenler ve modellerle birlikte OECD ülkelerinde endüstriyel üretim oranındaki büyüme ve ar-ge vergi teşvik oranı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada ilgili veri setleri OECD'den alınmış ve 2000-2020 arasındaki endüstriyel üretim oranı ve ar-ge vergi teşvik oranı değişkenleri kullanılmıştır. Çalışma geniş örneklem üzerinden yapılan analiz çerçevesinde, uzun dönemde ülkelerin iktisadi büyüme ve kalkınmaları açısından kilit sektörlerden biri olan sanayi sektörünü geliştirmek için ar-ge faaliyetlerini artırıcı herhangi bir faaliyetin sanayi sektörüne ve dolayısıyla ekonomik büyümeye katkısını ortaya koyması açısından önem arz etmektedir. Literatürde ar-ge faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça yoğunluktadır. Çalışmalar içerisinden ilgili değişkenler arasındaki ilişkinin pozitif olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar: Goel ve Ram (1994), Park (1995), Ceo ve Helpman (1995), Luh ve Chang (1997), Griliches (1998), Freire ve Seren

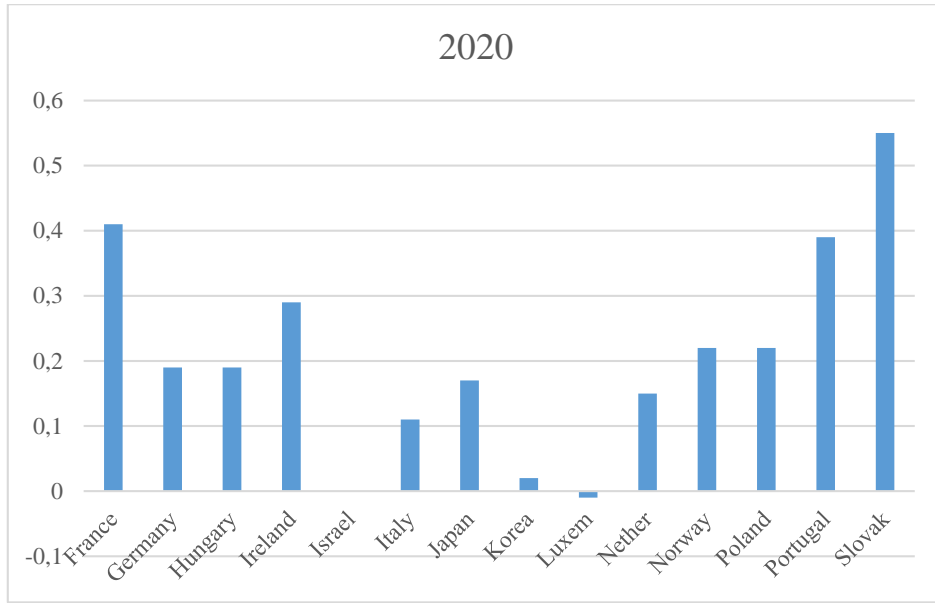
(1999), Guellec ve Van Potteire (2004), Falk (2007), Saraç (2009), Sadraoi ve Zina (2009), Korkmaz (2010), Horwath (2011), Gülmez ve Yardımcıoğlu (2012), Eid (2012), Özcan ve Arı (2014), Gülmez ve Akpolat (2014), Göçer vd., (2014) Ülger ve Durgun (2017), Uçak vd. (2018), Türkmen (2019), Canbay (2020), Dağlı ve Ezanoğlu (2021), Çınar ve Has (2022) çalışmalarıdır. Bununla birlikte ilgili değişkenler arasında ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşan çalışmalar: Aghion ve Howitt (1992), Lichtenberg (1993), Seçilmiş ve Konu (2019) çalışmalarıdır. Görüldüğü gibi literatürde ar-ge faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ağırlıklı olarak pozitif olduğu görülmüştür.

Literatür içerisinde yer almakta olan tüm analizler ve farklı sonuçlar çerçevesinde bu çalışmada geniş bir örneklem çerçevesinde ar-ge harcamaları ve endüstri üretimi ilişkisi incelenmektedir. Çalışmada ar-ge ile ekonomik büyümenin motoru olan endüstriyel üretim arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Çalışmanın amacı ilgili değişkenler yardımıyla OECD ülkeleri için en güncel veriler çerçevesinde ar-ge vergi teşvikleri ile endüstri üretimi arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Güncel verilerle geniş bir örneklem çerçevesinde analiz yapılması ve ilgili değişkenler çerçevesinde bu ilişkiyi analiz eden ilk çalışma olması yönünden literatüre katkı sağlamaktadır. Bu çerçevede çalışmada ayrıntılı bir giriş bölümünün ardından ikinci bölümde OECD ülkelerinde ar-ge vergi teşvik oranları, üçüncü bölümde veri model ve yöntem, dördüncü bölümde bulgular ve bulguların değerlendirilmesi, beşinci bölümde sonuç bölümü yer almaktadır.

2. OECD ÜLKELERİNDE AR-GE VERGİ TEŞVİK ORANLARI

OECD ülkelerinin arasında yer alan birçok ülkede ar-ge faaliyetleri önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ar-ge faaliyetlerini destekleyici faaliyetler de bu çerçevede son derece önemlidir. Ar-ge faaliyetleri yalnızca kamu sektörü ve özel sektörün gerçekleştirmesi gereken faaliyet değil; özel sektör ve kamu kesiminin birlikte, gerekirse işbirliği çerçevesinde katkı sağlaması gereken faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır (Çınar ve Has, 2022: 3). Bununla birlikte 2000 ile 2020 yılları arasında ilgili ülkelerde ar-ge vergi teşvik oranlarında genel anlamda dalgalanmalar yaşanmıştır. İlgili yıllar arasında genel olarak artış yaşansa da gerek iç gerekse dış kaynaklı olarak iktisadi konjonktür gereği bazı dönemlerde azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında ilgili OECD ülkelerinde bir önceki yıla göre gerçekleşen ar-ge vergi teşvik oranlarındaki yüzdelerik değişim Grafik 1’de yer almaktadır:

Grafik 1. 2020 yılında ülkelerde ar-ge vergi teşvik oranları (%)



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Veriler OECD'den elde edilmiştir.

2020 yılında ar-ge vergi teşvikleri incelendiğinde bir önceki yıla göre en büyük artış Slovakya'da gerçekleşmiştir. Slovakya'da 2020 yılında ar-ge vergi teşvik oranındaki artış 0,55'tir. Slovakya'nın ardından en yüksek artış Fransa'da gerçekleşmiş ve 0,41 olarak vuku bulmuştur. Ardından Fransa'yı 0,39 ile Portekiz takip etmiş, bu ülkelerin ardından sırasıyla 0,29 ile İrlanda, 0,22 ile Norveç ve Polonya, 0,19 ile Almanya ve Macaristan, 0,17 ile Japonya, 0,15 ile Hollanda, 0,11 ile İtalya gelmiştir. İsrail'de 2020 yılında bir önceki yıla göre herhangi bir değişiklik meydana gelmemiş Lüksemburg ekonomisinde ise ar-ge vergi teşvik oranı bir önceki yıla göre 0,01 azalma göstermiştir.

3. VERİ, MODEL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, endüstriyel üretim oranı ve ar-ge vergi teşvik oranı arasındaki ilişkiyi seçili OECD ülkeleri için analiz etmektir. Bu çerçevede, çalışmada panel eşbütünleşme yöntemi kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışma, 2000 ile 2020 yılları arasında kapsamaktadır. Modelde kullanılan değişkenler ve açıklamaları şöyledir:

Tablo 1. Model değişkenleri

Değişkenler	Açıklama
Bağımlı Değişken (indpro)	Endüstriyel üretim oranı (%)
Bağımsız değişken (taxsub)	Büyük ölçekli firmalar için AR-GE harcamalarında vergi teşvik oranı (%)

Modelde bağımlı değişken indpro; endüstriyel üretim oranını ifade ederken, bağımsız değişken taxsub; ülke ekonomisinde büyük ölçekli firmalar için ar-ge harcamalarında vergi teşvik oranını ifade etmektedir. Model içerisinde t=21 zaman boyutu T=294 gözlem değeri ve 14 ülke için analizler gerçekleştirilmiştir. Analizi gerçekleştirilen ülkeler şu şekildedir:

Tablo 2. Analiz edilen ülkeler

1.	Fransa	8.	Kore
2.	Almanya	9.	Lüksemburg
3.	Macaristan	10.	Hollanda
4.	İrlanda	11.	Norveç
5.	İsrail	12.	Polonya
6.	İtalya	13.	Portekiz
7.	Japonya	14.	Slovakya

Modelin fonksiyonel gösterimi şu şekildedir:

$$\text{indproit}=f(\text{taxsubit}) \quad (1)$$

Analizi gerçekleştirilen panel veri modelinin ekonometrik model olarak ifade edilişi şu şekildedir:

$$\text{indproit} = \alpha_0i + \alpha_1\text{taxsubit} + \text{uit} \quad (2)$$

Panel veri analizlerinde, zaman serisi analizlerinde olduğu gibi ilk olarak serilerin durağanlık testlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Panel veri analizlerinde analizi gerçekleştirilen serilerin durağan olması durumu tahmin edicilerin anlamlı sonuçlar vermesi açısından son derece önemlidir. Literatürde panel veri için serilerin durağan olup olmadıklarının analizinin gerçekleştirildiği testlerden bir tanesi de LM, Pesaran, Shin (2003) birim kök testidir. Model içerisinde bireysel etkileri barındırmakla beraber zaman trendi barındırmamaktadır.

$$\Delta y_{i,t} = \alpha_i + \rho_i y_{i,t-1} + \sum_{z=1}^{p_i} \beta_{i,z} \Delta y_{i,t-z} + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

Analizde boş hipotez tüm $i=1,2,3,\dots,N$ değerlerinde geçerli olmak üzere boş hipotez $H_0=\rho_i=0$ iken, alternatif hipotez ise $i=1,2,3,\dots,N$ tüm değerler için $H_1 = \rho_i < 0$ olarak ifade edilmektedir. Alternatif hipotez serilerinin bazılarının birim köke sahip olmasına izin vermektedir. LM, Pesaran ve Shin (1997, 2003) testi genişletilmiş Dickey-Fuller istatistiklerine dayandırılarak oluşturulmuştur.

Birim kök testleri uygulandıktan sonra analizi gerçekleştirilen seriler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunup bulunmadığının tespitinin yapılması amacı ile panel veriler için literatürde kullanılan testlerden bir tanesi de Pedroni eşbütünleşme testidir. Pedroni, seriler

arasında eşbütünleşme bulunup bulunmadığının analizi için heterojenliğe izin veren bir yöntem oluşturmuştur (Asteriou ve Hall, 2007: 373). Pedroni eşbütünleşme testi sabit ve dinamik etkilerin panelin kesitleri arasında farklı olarak gerçekleşmesine ve buna ek olarak alternatif hipotezi eşbütünsel vektörlerin panel kesitleri arasında farklı bir biçimde oluşmasına da izin vermektedir (Güvenek ve Alptekin, 2010: 181). Pedroni eşbütünleşme testleri birden fazla olarak açıklayıcı değişkene de izin vermektedir. Buna ek olarak panel kesit verileri arasında mevcut hataların heterojen olarak oluşmasına izin veren bir test olarak karşımıza çıkmaktadır. Pedroni eşbütünleşme testi analizi gerçekleştirmek için toplamda yedi tane test istatistiği ortaya koymuştur. Sınıflandırma yapılırsa bu yedi testin dört tanesi; panel-v, parametrik olmayan panel t, parametrik olan panel t ve panel p grup içi istatistiklerdir. Diğer üçü ise; grup p, parametrik olan grup t ve parametrik olmayan grup t istatistiklerinden oluşmaktadır. Bunlar ise gruplar arası istatistiklerdir. Pedroni testinde boş hipotez $H_0 = \text{Bütün } i\text{'leri için eşbütünleşme ilişkisi bulunmamaktadır}$. Alternatif hipotez $H_1 = \text{Bütün } i\text{'ler için eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır, şeklinde tanımlanmaktadır}$. Analizlerde panel v istatistiği büyük ve pozitif değer aldığı ve diğer istatistikler büyük ve negatif değerler alırsa, boş hipotez reddedilir ve eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır, sonucuna ulaşılmaktadır. Pedroni eşbütünleşme testi Kao'nun eşbütünleşme testinden kesit varsayım trendi ve bununla birlikte eşbütünleşmenin bulunmadığı sıfır hipotezleri bağlamında ayrılmaktadır. Pedroni eşbütünleşme testi yaklaşımı Kao'nun yaklaşımına göre bazı olumlu özelliklere sahiptir (Yardımcıoğlu ve Gülmez, 2013: 129). Kao'nun yaklaşımında boş hipotez $H_0 = \text{Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmamaktadır}$. Alternatif hipotez $H_1 = \text{Seriler arasında eşbütünleşik ilişki bulunmaktadır, şeklinde ortaya konulmuştur}$.

4. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yapılan analizde ilk olarak serilerin durağan olup olmadıklarının tespitinin yapılabilmesi için birim kök testi gerçekleştirilmiştir. Yapılan LM, Pesaran ve Shin birim kök testine ilişkin sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır:

Tablo 3. LM, Pesaran ve Shin birim kök testi sonuçları

Im, Pesaran and Shin W-Stat		I(0)	I(1)
Indpro	İstatistik	0.8987	1.6810
	ProbDeğeri**	0.1844	0.0464
Taxsub	İstatistik	0.8260	2.7884
	Prob Değeri**	0.2044	0.0026

** Olasılıklar 3 gecikme alınarak ve asimptotik normallik varsayılarak hesaplanmıştır.

Yukarıda serilerin düzey değerlerde ve birinci farklarda sabit ve trend içeren birim kök testi sonuçları yer almaktadır. Görüldüğü üzere seriler düzey değerlerde birim kök içermektedir. Serilerin birinci farkı alındığında ise seriler %5 anlamlılık düzeyine göre durağan hale gelmektedir. Dolayısıyla, birinci farklar alındığında serilerde birim kök probleminin ortadan kalktığı görülmektedir. Seriler aynı derecede durağan olduğundan sahte regresyon oluşma ihtimali ortadan kalkmıştır. Birim kök testlerinin ardından bir sonraki aşamada optimal gecikme uzunluğunun tespit edilebilmesi amacı ile VAR modeli kurulmuştur. Kurulan VAR modelinden hareketle gecikme kriterlerine ilişkin değerler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 4. Gecikme kriterine ilişkin değerler

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	625.0392	NA	0.925714	5.598564	5.629025	5.610860
1	-340.5847	561.2897	0.075680*	3.094506*	3.185889*	3.131393*
2	-338.8157	3.458988	0.077203	3.114426	3.266731	3.175904
3	-336.5250	4.438216	0.078393	3.129687	3.342915	3.215757
4	-329.7963	12.91660*	0.076509	3.105324	3.379475	3.215985
5	-329.6788	0.223570	0.079214	3.139989	3.475062	3.275241

Optimal gecikme kriterinin seçimi için literatürde genel olarak Akaike (AIC) kriteri ele alınmaktadır. AIC kriteri göz önünde bulundurularak optimal gecikme değerinin 1 olduğu tespit edilmiştir. Bu aşamadan sonra panel eşbütünlüşme testleri uygulanmıştır.

Tablo 5. Pedroni eşbütünlüşme testi sonuçları

Alternatif Hipotez: Ortak AR Katsayısı (boyutlar içinde)				
	Weighted			
	İstatistik	Prob. Değeri	İstatistik	Prob. Değeri
Panel v-İstatistiği	-1.076779	0.8592	-1.124842	0.8697
Panel rho-İstatistiği	-6.526760	0.0000	-6.677826	0.0000
Panel PP-İstatistiği	-11.23597	0.0000	-11.30054	0.0000
Panel ADF-İstatistiği	-8.756542	0.0000	-8.840262	0.0000
Alternative hypothesis: individual AR coefs. (boyutlar arasında)				
	İstatistik	Prob. Değeri		
Grup rho-İstatistiği	-5.164613	0.0000		
Grup PP-İstatistiği	-17.30913	0.0000		
GrupADF-İstatistiği	-9.329317	0.0000		

Tablo 3’te yer alan prob değerleri incelendiğinde, Pedroni’nin geliştirdiği 6 istatistik değeri için “ $H_0 =$ Değişkenler arasında bir eşbütünlüşme ilişkisi yoktur.” temel hipotezi reddedilirken, “ $H_1 =$ Değişkenler arasında bir eşbütünlüşme ilişkisi mevcuttur.” alternatif hipotezi kabul edilmektedir. Buna göre, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6. Kao eşbütünleşme testi sonuçları

	t-İstatistiği	Prob. Değeri
ADF	-1.706969	0.0439
Residual varyans	58.45616	
HAC varyans	8.502778	

Ayrıca bir diğer eşbütünleşme testi olan Kao eşbütünleşme testine göre, ADF olasılık değerinin yorumlanması için %5 anlamlılık seviyesi dikkate alınmıştır. Olasılık değeri $0.0439 < 0.05$ olduğundan, “ $H_0 =$ Eşbütünleşme ilişkisi yoktur” temel hipotezi reddedilmekte ve “ $H_1 =$ Eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır.” alternatif hipotezi kabul edilmiştir. %5 anlamlılık seviyesinde değişkenler arasında uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisi olduğu sonucu elde edilmiştir. Pedroni ve Kao eşbütünleşme testi bulgularına göre, OECD ülkelerinde endüstriyel üretim ve ar-ge harcamaları vergi teşvik oranları arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 7. FMOLS yöntemi ile uzun dönem katsayı tahmini

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-İstatistiği	Prob. Değeri
TAXSUB	0.888877	0.066299	13.40717	0.0000

Eşbütünleşme ilişkisinin tespitinin ardından kurulan modelde değişkenler için uzun dönem katsayı tahmini yapılmıştır. Uzun dönem katsayı tahminlemesi için FMOLS yöntemi tercih edilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde ar-ge vergi teşvik oranında meydana gelen %1’lik artışın endüstriyel üretimi %0.88 artırdığı görülmektedir. İlgili katsayı %1’e göre istatistiki olarak anlamlıdır. Modelde, ar-ge vergi teşvik oranında meydana gelen artış endüstriyel üretimi pozitif olarak etkilemektedir. Analiz sonucunda değişkenler arasında uzun dönem ilişki tespit edilmiş ve katsayıların işareti teorik beklentiyle uyumlu ve pozitif olarak elde edilmiştir.

5. SONUÇ

Ar-ge faaliyetleri ülke ekonomileri için oldukça önemlidir. Ülke ekonomisinde meydana gelen bilimsel ve teknolojik yeniliklerin temelini ar-ge faaliyetleri oluşturmaktadır. Bilimsel ve teknolojik yenilikler ülkelerde yeni ürün veya yeni üretim metodları ortaya çıkarmaktadır. Yeni ürün ve yeni üretim metodları ülkelere son derece önemli avantajlar kazandırmaktadır; endüstrilerde maliyetlerin düşmesine yardımcı olmakta, firmaların, dolayısıyla ülke ekonomilerinin rekabet üstünlüğü elde etmesini sağlamakla birlikte işgücü verimliliğini de yükselten unsurlar olabilmektedir. Ar-ge faaliyetlerinin yarattığı avantajlarla birlikte endüstri içerisinde maliyet düşüşü veya işgücü verimliliğinde artış yaşanmakta bu durum endüstri üretimine de pozitif katkılar sağlamaktadır. Endüstri bir ekonominin büyüme

lokomotifdir. Dolayısıyla endüstri üretiminde meydana gelen artış ekonomi büyüme oranlarını da artıracaktır. Ar-ge faaliyetleri için yapılan harcamalarda en yüksek payın genellikle gelişmiş ülkelerde olduğu görülmektedir. Ülkelerin Ar-ge faaliyetlerine ayırdıkları kaynaklar artış gösterdiğinde; endüstride maliyet düşüşü ve verimlilik artışı sağlanmakta ve böylece ekonomik büyüme oranları da artmaktadır. Ancak ar-ge faaliyetleri şirketler için son derece önemli maliyetlerdir. Her Ar-ge faaliyeti istenen bir nihai sonuç ortaya koymamaktadır. Dolayısıyla işletmeler için hem bir maliyet unsuru olmakta hem de risk oluşturmaktadır. Şirketler AR-GE faaliyetleri sonucunda nihai bir sonuca ulaşmadığında bu durum maliyetler açısından işletmeleri zor durumda bırakabilmektedir. Bundan dolayı ar-ge faaliyetleri destekleyici unsurlar son derece önemlidir. Bu çerçevede ülkeler ar-ge faaliyetlerini destekleyici unsurlara önem vermektedir. Ar-ge vergi teşviği de bu kapsamda ar-ge faaliyetleri destekleyici unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda ülke ekonomisi içerisinde ar-ge faaliyetlerini artırmak, ar-ge faaliyetlerinin artması için teşvikler ve sübvansiyonlar uygulamak ülkeler için zaruridir.

Bu çalışmada seçili OECD ülkeleri için ar-ge vergi teşvik oranları ile endüstriyel üretimleri arasındaki ilişkisi analiz edilmiştir. Çalışmada 14 OECD ülkesi, t=21 zaman boyutu ve 294 gözlem değeri bulunmaktadır. Çalışma 2000 ile 2020 yılları arasında kapsamaktadır. Yapılan analizler sonucunda ar-ge vergi teşvik oranlarındaki %1'lik artışın, endüstri üretimini %0,88 artırdığı tespit edilmiştir. Çalışmada ilgili literatürde ar-ge faaliyetleri ile endüstriyel üretim dolayısıyla iktisadi büyüme arasında pozitif bir ilişki tespit edilmesi dolayısıyla; Goel ve Ram (1994), Park (1995), Ceo ve Helpman (1995), Luh ve Chang (1997), Griliches (1998), Freire ve Seren (1999), Guellec ve Van Potteire (2004), Falk (2007), Saraç (2009), Sadraoi ve Zina (2009), Korkmaz (2010), Horwath (2011), Gülmez ve Yardımcıoğlu (2012), Eid (2012), Özcan ve Arı (2014), Göçer vd., (2014), Gülmez ve Akpolat (2014), Ülger ve Durgun (2017), Uçak vd. (2018), Türkmen (2019), Canbay (2020), Dağlı ve Ezanoğlu (2021), Çınar ve Has (2022) çalışmalarını destekler niteliktedir. Ar-ge vergi teşvik oranlarındaki artış endüstriyel üretimi pozitif etkilemektedir. Ülkelerde ar-ge faaliyetlerini teşvik etmek, endüstri üretimini artırmıştır. Sanayi sektörünün payı ülke ekonomilerinde yadsınamaz düzeydedir. Dolayısıyla ar-ge faaliyetlerini artırıcı çalışmalar endüstri üretimini artırmakla birlikte ekonomik büyümeye katkı sağlamış olmaktadır. Ar-ge faaliyetlerine yönelik yapılan teşvik ve sübvansiyonların ülkelere endüstriyel üretim konusunda avantajlar sağladığı yapılan analizler sonucunda ortaya konulmuştur.

Ülke sayısının 14 ile sınırlı tutulması ve modelin bir bağımlı, bir bağımsız iki değişkenden oluşması çalışmanın kısıtlarıdır. Modelin kısıtları daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara motivasyon teşkil edebilir.

KAYNAKÇA

Asteriou, D., & Hall S. G. (2007). *Applied econometrics: A modern approach using E-views and microfit revisited edition*. Palgrave Macmillan.

Bilbao-Osorio, B., & Rodriguez Pose, A. (2004). From R&D to innovation and economic growth in the EU. *Growth and Change*, 35(4), 434-455.

Canbay, Ş. (2020). Investigating the effect of Turkey's high-tech exports on the economic growth using the structural break ARDL bounds testing. *Electronic Journal of Social Sciences*, 19(74), 865-878.

Ceo, D. T., & Helpman, E. (1995). International R&D spillovers. *European Economic Review*, 39 (5), 859-887.

Çınar, S. & Has, B. (2022) Türkiye ve seçili Asya ülkelerinde 2000 sonrası ar-ge yoğunluğu ve ekonomik büyüme ilişkisi: nedensellik analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 9(3), 1-16.

Dağlı, İ., & Ezanoğlu, Z. (2021). Ar-ge, patent ve ileri teknoloji ihracatının ekonomik büyümeye etkileri: OECD ülkeleri için dinamik panel veri analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırması Dergisi*, 10 (1), 438-460.

Eid, A. (2012). Higher education R&D and productivity growth: An empirical study on high income OECD countries. *Education Economics*, 20 (1), 53-68.

Falk, M. (2007). R&D spending in the high-tech sector and economic growth. *Research in Economics*, 61, 140-147

Freire-Seren, M. J. (1999). Aggregate R&D expenditure and endogenous economic growth. UFAE and IAE Working Papers, No: WP 436-99.

Goel, R. K., & Ram, R. (1994). Research and development expenditures and economic growth: A cross-country study. *Economic Development and Cultural Change*, 42 (2), 403-411.

Güvenek, B., & Alptekin, V. (2010). Enerji tüketimi ve büyüme ilişkisi: OECD ülkelerine ilişkin bir panel veri analizi. *Enerji, Piyasa ve Düzenleme*, 1 (2), 172-193.

Griliches, Z. (1998). R&D and productivity: The econometric evidence. *National Bureau of Economic Research*, 251-268

Guellec, D., & Potteire, B. (2004). From R&D to productivity growth: Do the institutional setting and the sources of funds of r&d matter? *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 66 (3), 353-378.

Gülmez, A., & Akpolat, A. G. (2014). Ar-Ge, inovasyon ve ekonomik büyüme: Türkiye ve AB örneği için dinamik panel veri analizi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 1-17.

Gülmez, A., & Yardımcıoğlu, F. (2012). OECD ülkelerinde ar-ge harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: panel eşbütünleşme ve panel nedensellik analizi (1990-2010). *Maliye Dergisi*, 163(1), 335-353.

Göçer, İ, Kutbay, H., Gerede, C., & Aslan, R. (2014). Vergi teşviklerinin ar-ge ve inovasyona etkisi: panel eşbütünleşme ve nedensellik analizi. *Maliye Dergisi*, 167: 163-183.

Horvath, R. (2011). Research & development and growth: a bayesian model averaging analysis. *Economic Modelling*, 28(6), 2669-2673.

İltaş, Y., & Bulut, Ü. (2017). Türkiye'de ar-ge harcamaları ile net satış hasılatı arasındaki ilişki: bootstrap panel nedensellik testinden kanıtlar. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 49, 45-58

- Kaldor, N. (1968). Productivity and growth in manufacturing industry: a reply, *Economica*, November.
- Korkmaz, S. (2010). Türkiye’de ar-ge yatırımları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin VAR modeli ile analizi. *Journal of Yaşar Universty*, 20(5), 3320-3330.
- Lichtenberg, F. R. (1993). R&D investment and international productivity differences. NBER Working Paper Series, W4161.
- Im, K. S., Pesaran, M. H. & Shin, Y. (2003). Testin for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.
- Luh, Y., & Chang, S. K. (1997). Building the dynamic linkages between R&D and productivity growth. *Journal of Asian Economics*, 8(4), 525-545.
- Öğredik, G. (2005). Araştırma geliştirme harcamalarının gider veya maliyet olarak ticari kazancın tespitinde dikkate alınacağı dönem. *Lebib Yalkın Mevzuat Dergisi*, Temmuz, 1-16.
- Özcan, B., & Arı, A. (2014). Araştırma-geliştirme harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi: panel veri analizi. *Maliye Dergisi*, 166(1), 39-55.
- Park, W. G. (1995). International R&D spillovers and OECD economic growth. *Economic Inquir*, 33 (4), 571-591.
- Pedroni, P. (2000). Fully-modified OLS for heterogeneous cointegrated panels. *Advances in Econometrics*, 15, 93-120.
- Philippe, A., & Howitt, P. (1992). A model of growth through creative destruction. *Econometrica Journal of The Econometric Society*, 60(2), 323-351.
- Sadraoui, T., & Zina, N. B. (2009). A dynamic panel data analysis for R&D cooperation and economic growth. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(4), 218-233.
- Saraç, B. T. (2009). Araştırma-geliştirme harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: panel veri analizi, EconAnadolu 2009: Anadolu International Conference in Economics, June 17-19, 2009, Eskişehir, Turkey.
- Seçilmiş, N., & Konu, A. (2019). OECD ülkelerinde ar-ge teşvikleri ve inovasyon ilişkisi üzerine ampirik bir inceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 686-702. DOI: 10.33437/ksusbd.533175.
- Uçak, S., Kuvat, Ö., & Aytakin, A. G. (2018). Türkiye’de arge harcamaları-büyüme ilişkisi: ARDL yöntemi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 129-159.
- Ülger, Ö., & Durgun, Ö. (2017). Seçilmiş OECD ülkelerinde ar-ge harcamalarının büyüme üzerine etkileri. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 105-130.
- Sylwester, K. (2001). R&D and economic growth. *Knowledge, Technology, & Policy*, 13(4), 71-84.
- Türkmen, S. (2019). Seçilmiş OECD ülkelerinde ar-ge ve ekonomik büyüme: panel eşbütünleşme yaklaşımından yeni kanıtlar. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 14(2), 1-13.
- Yardımcıoğlu, F., & Gülmez, A. (2013). OPEC ülkelerinde hollanda hastalığı: petrol fiyatları ve ekonomik büyüme ilişkisinin ekonometrik bir analizi. *Sosyoekonomi*, 117-140.



Karaman İlinde Finansal Okuryazarlık Seviyesinin Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama

Arzu ÖZMERDİVANLI^{1*}, Sevilay KARAGÖZ²

Geliş Tarihi/Received Date: 09.08.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 12.09.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Toplumun bütün kesimlerini ilgilendiren finansal okuryazarlık, sağlıklı finansal kararlar almayı sağlayacak şekilde finansal kavramları anlayabilme ve finansal davranış sergileyebilme yeteneğini ifade etmektedir. Bireylerin finansal yönden okuryazar olmaları, tüketim ve yatırım harcamalarını yaparken daha dikkatli davranmalarını, sahip oldukları varlıkları daha iyi yönetmelerini ve refah bir yaşam sürmelerini sağlayacaktır. Bu çalışmanın amacı Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyini incelemek ve demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini belirlemektir. Çalışmanın amacı doğrultusunda Karaman ilinde yaşayan 15 yaş üstü 400 bireye anket uygulanmıştır. Anket sorularından elde edilen veriler SPSS paket programında tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, t testi ve ANOVA yöntemi kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları, Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal bilgi ve finansal okuryazarlık düzeylerinin genel olarak yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, yaş ve gelir gibi demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyini etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir. Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi genel olarak yüksek olsa da finansal bilginin daha üst seviyeye çıkarılması açısından çeşitli finansal eğitimlerin verilmesi faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Finansal Bilgi, Karaman

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Orcid No: 0000-0002-2120-3312

* Sorumlu yazar/Corresponding author, e-mail: arzuoz@kmu.edu.tr

² Yüksek Lisans Mezunu, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, SBE Bankacılık ve Finans ABD, Orcid No: 0000-0003-3326-4881

An Application for Determining Financial Literacy Level in Karaman Province

ABSTRACT

Financial literacy, which concerns all segments of the society, refers to the ability to understand financial concepts and exhibit financial behavior in a way that will enable healthy financial decisions. Being financially literate will enable individuals to be more careful while making consumption and investment expenditures, to better manage their assets and to lead a prosperous life. The aim of this study is to determine the financial literacy level of individuals living in Karaman province and to determine the effect of demographic characteristics on financial literacy level. For the purpose of the study, a questionnaire was applied to 400 individuals over the age of 15 living in Karaman. The data obtained from the survey questions were analyzed using the descriptive statistical methods, t-test and ANOVA method in the SPSS package program. The results of the analysis show that the financial knowledge and financial literacy levels of individuals living in Karaman are generally high. In addition, findings were obtained that demographic characteristics such as gender, marital status, educational status, occupation, age and income affect the level of financial literacy. Although the financial literacy level of individuals living in Karaman is generally high, it will be beneficial to provide various financial trainings in order to raise financial knowledge to a higher level.

Keywords: Financial Literacy, Financial Knowledge, Karaman

1. GİRİŞ

Bireyler refah içerisinde yaşamak için para kazanmak ve elde ettikleri kazancı iyi bir şekilde yönetmek durumundadırlar. Bununla birlikte insanların planlanmayan durumlar karşısında zorluğa düşmemek, emeklilik döneminde rahat bir yaşam sürmek açısından çeşitli finansal araçlara yatırım yapmaları ve yatırımlarını uzun vadeli birikimlere dönüştürmeleri önem arz etmektedir. Parayı yönetmek, yatırım ve birikim yapmak belirli bir düzeyde finansal bilgi gerektirmekte ve finansal okuryazarlık kavramını ortaya çıkarmaktadır.

Her geçen gün farklılaşarak yeni bir boyut kazanan finansal sistem kişilerin sahip oldukları finansal bilgi birikimi ile kararlar verebilmesini zorlaştırmaktadır. Bu durum ise çalışma ortamında, günlük yaşamda doğru kararlar verebilmek adına finansal okuryazar olmanın önemini arttırmaktadır (Bağlıoğlu, 2019).

Finansal okuryazarlık, kişilerin hayatlarını sürdürmek için gerekli finansal kararlar alırken faydalandığı finansal bilgiler olarak tanımlanabilmektedir. Diğer bir tanım olarak finansal okuryazarlık, kişilerin ekonomik anlamda bütçelerini doğru ve faydalı bir şekilde yönetebilmek amacıyla, bireye fayda sağlayacak şekilde finansal bilgi birikimini kullanmasıdır (Karadeniz vd., 2019). OECD 'ye göre finansal okuryazarlık; finans dünyasında yatırım ve tüketim faaliyetlerini gerçekleştiren bireylerin, finans alanında yer alan terimler hakkında bilgiye sahip olmaları ve bu bilgiyi kendi ile birlikte yaşadığı toplum açısından fayda sağlayacak şekilde kullanabilme yeteneğidir (Gültekin, 2020). Türkiye Ekonomi Bankası ve FODER öncülüğünde 2014 yılında Boğaziçi Üniversitesi'nde hazırlanan finansal okuryazarlık erişimi ile ilgili çıkan sonuçlarda finansal okuryazarlık; bir kişinin elde ettiği parasını gerektiğinde tasarrufa çevirebilecek nitelikte kontrol edebilmeyi sağlayacak bilgi birikimine sahip olması olarak tanımlanmıştır (Çolak, 2017).

Teknoloji çağı olarak nitelendirilen bu dönemde kişilerin planladıkları kariyerlerine daha kolay ulaşması, hedefleri hakkında gerektiği yerde sağlıklı karar vermesi ve refah içinde çalışması, emeklilik hayatını devam ettirmesi için sahip olunması gereken en önemli unsurların başında finansal okuryazarlık gelmektedir. Finans alanında bilgili olan bireylerin harcamalarında, ihtiyaçlarını belirlemede daha akıllıca kararlar alabildiği gözlemlenmektedir. Bu tarz bilinçli bireyler ihtiyacı olmayan ürün almaktan kaçınarak bütçesine katkı sağlamaktadır (Eser, 2019).

Bireyin finans terimlerini bilmesi, finansal konularda bilgi sahibi olup görüş beyan etmesi, kendi ekonomik durumunu fayda sağlayacak şekilde programlayabilmesi, finansal seçenekleri doğru tercih etmesi ve gelecek planlamasında sağlıklı finansal kararlar alıp bu hedefi gerçekleştirmek adına adımlar atması ancak finansal okuryazarlık ile sağlanacaktır (Kutlu, 2019). Tüm bunların yanı sıra bireylere finansal okuryazarlık alışkanlığının kazandırılmasıyla birlikte finans dünyasında yapılan yanlışlar azalacak ve bireylerin kazançları artacaktır. Finansal okuryazarlığın bireye fayda sağlayacak diğer bir katkısı ise nerede ve nasıl tasarruf yapılacağı bilincini yaratmasıdır (Doğan, 2018).

Finansal okuryazarlık kavramı bireye etkilerinin yanı sıra ülke açısından da oldukça önemlidir. Küçük miktarda başlayan birikimler ilerleyen zamanlarda büyük yatırımlara dönüşmektedir. Yatırımcıların yatırım yapacakları konu hakkında bilgi sahibi olmaları, ürünler arasındaki farkındalıkları özümsemeleri ve bunun sonucunda doğru yatırım yapmaları finansal okuryazarlık ile mümkün olacaktır. Bir ülke ekonomisinin büyümesi ve ülkenin gelişme

seviyesinin yükseltilmesi bireylerin finansal okuryazarlık konusu hakkında bilinçlendirilmesi ve doğru eğitimler verilmesi ile sağlanacaktır (Fettahoğlu, 2015).

Finansal okuryazarlık kavramı, toplumda yer alan kesimleri doğrudan ilgilendirmekte ve ekonomistlerin, akademisyenlerin, işverenlerin, devlet adamlarının gün geçtikçe daha çok üzerinde konuştukları bir konu haline gelmektedir. G-20 zirvesinde 2015 yılında düzenlenen ve yapılan programlarda yer alan konulardan biri de toplumların finansal okuryazarlık düzeyleri olmuştur. Bankaların artması, banka ürünlerini kullanım yaşında görülen azalış, finans alanında yer alan ürünlerin çeşitliliği, küresel alanda yaşanan krizler finansal alanda karmaşıklığın artmasına sebep olmuştur. Bu durum ise ülkelerin istikrarlı bir ekonomiye giden yolda finansal okuryazarlık seviyesini arttırmak için yoğunlaşması gereken bir konu haline gelmiştir (Kıran, 2019).

Finansal okuryazarlığın artan önemine binaen bu çalışmada Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin incelenmesi ve demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Karaman ilinde yaşayan bireyler açısından daha önce finansal okuryazarlık ile ilgili yeterli düzeyde çalışma yapılmamış olması, bu çalışmanın önemini ve literatüre yaptığı katkıyı göstermektedir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde finansal okur yazarlıkla ilgili çok sayıda çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan bazıları (Yılmaz & Aslan, 2020; Karadeniz vd., 2019; Başarır & Sarıhan, 2017; Krizek & Hradil, 2012) öğrencilerin, bazıları çalışan bireylerin (Münyas, 2021; Şaroğlu, 2018; Serin vd., 2016; Klapper vd., 2013), bazıları ise il ve ülke genelinde finansal okur yazarlık düzeyini tespit etmeye yöneliktir. Bu bölümde il ve ülke düzeyinde finansal okuryazarlık düzeyini tespit etmeye yönelik olarak yapılan çalışmalar üzerinde durulacaktır.

Worthington (2006) tarafından yapılan çalışmada Avustralyalı yetişkin bireylerin finansal okuryazarlık seviyeleri incelenmiştir. Lojistik regresyon yönteminin kullanıldığı araştırma sonucunda elde edilen bulgular; finansal okuryazarlık düzeyinin 50-60 yaş arası kişiler, profesyoneller, işletme ve çiftlik sahipleri ve üniversite mezunları arasında en yüksek ve işsizler, kadınlar ve düşük eğitim düzeyine sahip İngilizce konuşamayan kişiler için en düşük olduğunu göstermektedir.

Lusardi (2008) Amerika'da yaşayan bireylerin finansal okuryazarlıkları ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Frekans analizi ve probit regresyon analizinin kullanıldığı çalışma

sonuçları, Amerikan nüfusu içerisinde belirli demografik gruplar arasında yaygın bir finansal cehalet olduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışma bulguları; düşük eğitim düzeyine sahip olanların, kadınların, Afrikalıların, Amerikalıların ve Latin Amerikalıların finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğunu vurgulamaktadır.

Rooij ve diğerleri (2011) tarafından yapılan çalışmada Hollanda’da yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri ve finansal okuryazarlık düzeyleri ile hisse senedi yatırımı yapmaları arasındaki ilişki regresyon analizi kullanılarak incelenmiştir. Çalışma sonuçları; katılanların çoğunluğunun temel finansal bilgilere sahip olduğunu ve faiz bileşimi, enflasyon ve paranın zaman değeri gibi kavramları biraz kavradığını, çoğu katılımcının tahvil ile hisse senedi arasındaki farkı, tahvil fiyatları ile faiz oranları arasındaki ilişkiyi ve risk çeşitlendirmesinin temellerini bilmediğini ve düşük finansal okuryazarlığa sahip olanların hisse senedi yatırımı yapma olasılıklarının daha düşük olduğunu göstermektedir.

Zvarikova ve Majerova (2014) Slovak Cumhuriyeti’nde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini araştırmışlardır. Temel düzeyde finansal okuryazarlığın incelendiği ve frekans analizi sonucunda elde edilen bulguların yorumlandığı çalışma neticesinde Slovak Cumhuriyeti’nde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık seviyesinin yetersiz olduğu kanısına varılmıştır.

Cihangir ve Ergin (2015) tarafından yapılan çalışmada Osmaniye ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri, tanımlayıcı istatistikler ve Pearson ki kare testi kullanılarak temel düzeyde incelenmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlar; bireylerin ödenen faiz bilgisi konusunda en yüksek, çeşitlendirme konusunda ise en düşük seviyede bilgi sahibi olduklarını ve meslek ve eğitim durumunun finansal okuryazarlık düzeyini etkilediğini göstermektedir.

Aksoylu ve diğerleri (2017) Kayseri ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerini incelemişlerdir. Çalışmada frekans analizi ve ki kare bağımsızlık testi kullanılmış ve sonuçta Kayseri ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin yeterli olmadığını ve bireylerin demografik özelliklerinin finansal okuryazarlık düzeylerini etkilediğini gösteren bulgular elde edilmiştir.

Potrich ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmada Brezilya’da bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi araştırılmıştır. Öncelikle kümeleme analizi kullanılarak bireyler finansal okuryazarlık düzeylerine göre sınıflara ayrılmış, sonrasında her sınıf için t testi veya Mann Whitney U testi kullanılarak finansal okuryazarlık düzeyinin demografik değişkenler açısından

farklılık gösterip göstermediği belirlenmiştir. Çalışma sonuçları hem erkek hem de kadınlar açısından finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğunu ve erkeklerin finansal okuryazarlık oranının kadınlardan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Güler ve Tunahan (2017) Sakarya ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerini incelemiş ve demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini tespit etmeye çalışmışlardır. Frekans analizi ve ki kare testinin kullanıldığı çalışmada, bireylerin yarısından fazlasının finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu, finansal okuryazarlık düzeyi ile demografik değişkenler ve tasarruf davranışı arasında anlamlı ilişki olduğu ve finansal okuryazarlık düzeyi ile borçlanma davranışı arasında herhangi bir ilişki bulunmadığı yönünde kanıtlar elde edilmiştir.

Grohmann (2018) tarafından yapılan çalışmada Asya ekonomisinde yaşayan orta sınıf insanların finansal okuryazarlık düzeyleri Poisson ve Probit regresyon analizleri kullanılarak incelenmiştir. Bangkok'ta yapılan araştırma sonuçları; temel finansal kavramların daha iyi anlaşıldığını, gelişmiş finansal kavramların anlaşılmasının daha düşük olduğunu, karmaşık ürünlerin daha az kullanıldığını ve yüksek finansal okuryazarlığın daha iyi finansal karar alma sürecine yol açtığını göstermektedir.

Kalmi ve Ruuskanen (2018) Finlandiya'da finansal okuryazarlık düzeyini ve finansal okuryazarlık düzeyi ile emeklilik planlaması arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Frekans analizi ve probit regresyon analizinin kullanıldığı çalışmada elde edilen sonuçlar; Finlandiya'daki finansal okuryazarlık seviyesinin nispeten yüksek olduğunu ve finansal okuryazarlık ile emeklilik planlaması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmektedir.

Yücel ve Kuyumcu (2018) tarafından Bursa ilinde finansal okuryazarlık düzeyinin incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada frekans analizi, t testi, ANOVA ve faktör analizi kullanılmış ve sonuçta, finansal okuryazarlığın temel düzeyde yeterli olduğu, eğitim düzeyinin artması durumunda finansal okuryazarlığın arttığı, yaş değişkeninin artması durumunda ise finansal okuryazarlığın düştüğü yönünde bulgular elde edilmiştir.

Güneş (2019) çalışmasında Kayseri ve Sivas illerinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyini incelemiştir. Frekans analizi, Mann Whitney U testi ve ki kare analizinin yapıldığı araştırma sonuçları, Kayseri ve Sivas illerinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlıklarının genel olarak düşük olduğunu ve bireylerin bu durumun farkında olmadıklarını göstermektedir. Bununla birlikte çalışmada, finans eğitimi almış bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin hiç almayanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Aydoğan (2020) tarafından İstanbul ilinde yapılan çalışmada, frekans analizi, t testi ve ANOVA yöntemleri kullanılmış ve hane halkının bütçeleme davranışlarının finansal okuryazarlık düzeylerine ve cinsiyet dışındaki demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir.

Kadoya ve Khan (2020) tarafından yapılan çalışmada regresyon analizi kullanılarak Japonya’da finansal okuryazarlık düzeyini etkileyen faktörler incelenmiştir. Sonuçlar, cinsiyet, yaş ve eğitim gibi demografik değişkenlerin; gelir ve meslek gibi sosyo-ekonomik değişkenlerin ve gelecek algısı gibi psikolojik bir faktörün finansal okuryazarlık düzeyini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir.

Yamori ve Ueyama (2022) Japonya’da yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi ile borsada hisse senedi yatırımı yapma arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Doğrusal regresyon ve probit regresyon analizlerinin kullanıldığı çalışma sonucunda yüksek finansal okuryazarlığın borsada hisse senedi yatırımı yapmayı artırdığı, ancak daha yüksek finansal okuryazarlığa sahip hanelerin, finansal varlıklar arasında yüksek bir pay sahipliği oranına sahip olmadığı yönünde bulgular elde edilmiştir.

3. VERİ VE YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi kısıtları, örnekleme, veri toplama aracı, yöntemi ve hipotezleri yer almaktadır.

3.1. Veri

Bu çalışmada Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin incelenmesi ve demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal bilgi ve davranış düzeyleri dikkate alınarak finansal okuryazarlık düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında yer alan anketten elde edilen sonuçların sadece Karaman ilinde yaşayan bireyler için genellenebilir olması çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Bununla birlikte bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini belirlemek amacıyla Karaman ilinde yaşayan bireyler üzerinde bugüne kadar yeterli düzeyde bir çalışmanın yapılmamış olması, bu çalışmanın önemini ve literatüre yaptığı katkıyı göstermektedir.

Araştırmanın evrenini Karaman ilinde yaşayan 15 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2021 yılı itibariyle Karaman’da yaşayan 15

yaş üstü bireylerin sayısı 203.686'dır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Araştırma örnekleminin hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır (Barlett vd., 2001):

$$n_o = \frac{t^2 \times pxq}{d^2} \quad n_1 = \frac{n_o}{1 + n_o / \text{Anakütle}}$$

Yukarıdaki formülde t belirli bir anlamlılık düzeyinde t tablosuna göre bulunan değeri (burada %5 anlamlılık düzeyi için 1,96 alınmıştır), p (0,5) incelenen olayın gerçekleşme olasılığını, q (0,5) incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığını, d (0,05) hata payını, n_1 örneklem sayısını göstermektedir.

Güven aralığının %95, hata payının %5 kabul edildiği 203.686 kişilik bir evrende söz konusu formül kullanılarak örneklem sayısı 384 olarak hesaplanmıştır. Ardından basit rassal örnekleme ile Karaman'da yaşayan 15 yaş üstü 400 kişiye ulaşılarak anket formlarının Ekim – Aralık 2021 tarihleri arasında doldurulması sağlanmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket soruları; Atkinsoy ve Messy (2012), OECD (2015), Aksoylu ve diğerleri (2017), Kanmaz (2018), Güneş (2019) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanılarak hazırlanmıştır. Anket 20 sorudan oluşmaktadır. Anket kapsamında cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve gelir düzeyi gibi demografik özelliklere yönelik olarak bilgi edinmek amacıyla 5 soru, finansal bilgi düzeyini ölçmek için 8 soru ve finansal davranışı ölçmek için 7 soru ve yer almaktadır. Katılımcıların finansal okuryazarlık düzeyleri ölçülürken finansal bilgi sorularına verilen cevaplar doğru ya da yanlış olmasına göre 0-1 şeklinde ikili kodlanmıştır. Finansal davranış sorunlarında ise (1- Hiçbir zaman, 2- Nadiren, 3-Bazen, 4- Çoğu zaman, 5-Her zaman) 5'li Likert yöntemi kullanılmıştır. Finansal bilgi ve davranış sorularına verilen cevaplardan elde edilen puanlar toplanarak finansal okuryazarlık düzeyi belirlenmiştir.

3.2. Yöntem

Çalışma kapsamında çok sayıda yöntem ve analiz kullanılmaktadır. İstatistiksel analiz yapılırken kullanılacak yöntemlerin farklılaşmasına neden olabileceğinden öncelikle anket sorularından elde edilen verilerin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov-Smirnov testi, Shapiro-Wilk testi, çarpıklık ve basıklık değerleri kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır.

Kolmogorov-Smirnov testi, örneklem sayısının 30'dan büyük, Shapiro-Wilk testi ise örneklem sayısının 30'dan küçük olduğu durumlarda kullanılmakta olup bu testlerin %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması ($p < 0,05$) verilerin normal dağılmadığı anlamına gelmektedir. Ayrıca bu testlerin sosyal bilimlerde yapılan araştırmalar ve likert ölçekler için

oldukça katı olduğu ve büyük örneklerde geçerli bulgular sunmadığı da ifade edilmektedir (Gürbüz & Şahin, 2018).

Normal dağılan bir veri setinde çarpıklık 0, basıklık ise 3 değerini almakta (Çil Yavuz, 2014) ve normallik analizlerinde kullanılan çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 aralığında yer alması halinde verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir (George & Mallery, 2020).

Normallik analizlerinin ardından güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine yer verilmiştir. Güvenilirlik, ölçüm sonuçları arasındaki tutarlılığı ifade etmekte olup çok sayıda yöntemle ölçülebilmektedir. Özellikle iç tutarlılık güvenilirliğinde Cronbach alfa kullanılmakta ve ilgili ölçekte yer alan maddelerin birbirleriyle ne ölçüde tutarlı olduğunu göstermektedir (Gürbüz & Şahin, 2018). Çalışma kapsamında güvenilirlik ölçümünde Cronbach alfa katsayısı kullanılmıştır. Cronbach's alpha katsayısının 0,60 ile 0,70 arasında olması güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğunu ifade etmektedir (George & Mallery, 2020).

Geçerlilik, bir ölçeğin ölçmeyi amaçladığı özelliği ölçbilmesini ifade etmekte olup (Allen & Yen, 1979) çeşitli yöntemlerle ölçülebilmektedir. Bu çalışmada geçerlilik, keşfedici faktör analizi ile test edilmiştir. Keşfedici faktör analizi, çok sayıda değişkeni, sahip oldukları ortak bilgiye dayanarak bu değişkenlerin bir bileşeni olarak daha az sayıda değişken ile göstermeyi amaçlayan bir yöntemdir. Keşfedici faktör analizine uygunluk açısından Bartlett's testini ve KMO değerini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. KMO değerinin 0,60 ve üzerinde olması örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu, Bartlett's testine ait p değerinin 0,05'ten küçük olması değişkenler arasındaki ilişkilerin meydana getirdiği matrisin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Gürbüz & Şahin, 2018). Ayrıca faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olması da istatistiksel olarak yeterli görülmektedir (Hair vd., 2019).

Güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinden sonra demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeylerine etkisi fark analizleri ile belirlenmeye çalışılmıştır. Finansal okuryazarlığın cinsiyet ve medeni durum değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bağımsız örneklem t testi, üyeleri birbirinden ayrı olan iki farklı örneklem grubunun ortalamalarını karşılaştırmaktadır. Test sonucu elde edilen değer %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması ($p < 0,05$) gruplar arasında farklılık olduğunu göstermektedir (Ak, 2014).

Yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir düzeyi gibi demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık üzerindeki etkisi varyans analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Varyans analizi iki ya da daha fazla örneklem grubu arasında fark olup olmadığını araştırmak için

kullanılmaktadır. Çalışma kapsamında yapılan varyans analizlerinde bir adet bağımlı ve bir adet bağımsız değişken kullanıldığı için tek yönlü ANOVA yöntemi tercih edilmiştir. ANOVA analizi sonucunda elde edilen F değerinin %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması ($p<0,05$) gruplar arasında farklılık olduğunu göstermektedir. Gruplar arasında bir farklılık olduğunda, bu farklılığın hangi gruplar arasında meydana geldiğini belirlemek amacıyla Post Hoc testleri kullanılmaktadır. Post Hoc testleri sonucu elde edilen değerlerin %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ($p<0,05$) durumlarda, gruplar arasında ortalaması büyük olan grup lehine anlamlı bir farklılık olduğu ifade edilmektedir (Antalyalı, 2014).

Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılacak analizlerde aşağıda yer alan hipotezler test edilecektir.

H1: Karaman ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: Karaman ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri medeni durumları açısından göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Karaman ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri yaşları açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4: Karaman ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri eğitim durumları açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Karaman ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri meslekleri açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Karaman ilinde hayatını sürdüren bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri gelirleri açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4. ANALİZ VE BULGULAR

Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS paket programında çeşitli analizlere tabi tutulmuş ve bulgular bu bölümde sunulmuştur.

4.1. Normallik, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Araştırma verilerinin analizinde kullanılacak yöntemler verilerin normal dağılıp dağılmamasına göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle öncelikle normallik analizi yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespitinde Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk testleri, çarpıklık ve basıklık değerleri kullanılmıştır.

Tablo 1. Normallik test sonuçları

Değişkenler	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk	Çarpıklık	Basıklık
Finansal okuryazarlık düzeyi	0,181 (0,000)	0,909 (0,000)	-1,100	1,389

Finansal okuryazarlık düzeyine ait Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri incelendiğinde (Tablo 1) p değerlerinin 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Bu durumda Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testlerinden elde edilen sonuçlara göre finansal okuryazarlık verisi normal dağılım göstermemektedir. Bununla birlikte söz konusu testler sosyal bilimlerde katı sonuçlar ortaya koyabildiğinden, çarpıklık ve basıklık değerleri de incelenmiştir. Finansal okur yazarlık düzeyine ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri ± 2 aralığında yer aldığından, söz konusu değişkenin normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Araştırma kapsamında uygulanan anket sorularının ölçek güvenilirliği Cronbach's alpha katsayısı ile ölçülmüş ve 0,680 olarak belirlenmiştir. 0,680 olarak belirlenen Cronbach's alpha katsayısının literatüre göre güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Araştırma verilerinin geçerliliği keşfedici faktör analizi ile test edilmiş ve KMO değeri 0,742 ve Barlett testine ait p değeri ise 0,000 olarak belirlenmiştir. KMO değerinin 0,60 ve üzerinde olması ve Bartlett's testine ait p değerinin 0,05'ten küçük olması örneklemin keşfedici faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca araştırmada kullanılan ifadelerin faktör yükleri 0,50'den büyük olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda araştırma verilerinin geçerlilik açısından gerekli şartları sağladığı belirtilebilir.

4.2. Demografik Özellikler, Finansal Bilgi ve Finansal Okuryazarlık ile İlgili Bulgular

Tablo 2'de katılımcıların demografik özelliklerine dair bilgiler sunulmaktadır. Demografik özellikler kapsamında cinsiyet, yaş, meslek, medeni durum, eğitim durumu ve gelir değişkenleri yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde (%)	Medeni Durum	Sıklık	Yüzde (%)
Kadın	177	44,2	Evli	216	54
Erkek	223	55,8	Bekar	184	46
Yaş	Sıklık	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	Sıklık	Yüzde (%)
15-20	21	5,2	İlkokul	2	0,5
20-30	169	42,2	Ortaokul	2	0,5
31-40	144	36	Lise	25	6,2
41-50	47	11,8	Ön Lisans	32	8
51-60	14	3,5	Lisans	211	52,8
61 yaş üzeri	5	1,2	Lisansüstü	128	32
Meslek	Sıklık	Yüzde (%)	Gelir	Sıklık	Yüzde (%)
Öğrenci	98	24,5	2.500TL veya daha az	120	30
İşçi	10	2,5	2.501TL – 4.000TL	72	18
Memur	76	19	4.001TL – 5.500TL	56	14
Özel sektör çalışanı	81	20,2	5.501TL – 7.000TL	65	16,2
Akademisyen	67	16,8	7.001TL veya daha fazla	87	21,8
Emekli	5	1,2			
Çalışmıyor	26	6,5			
Diğer	37	9,2			

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların %55,8'inin erkek, %44,2'sinin kadın, %54'ünün evli, %46'sının ise bekar olduğu görülmektedir. Örneklemin yaklaşık %78'i 20 – 40 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılanların %52'si lisans, %32'si lisansüstü, %8'i ön lisans ve %6'sı ise lise mezunudur. Katılımcıların %24,5'i öğrenci, %20,2'si özel sektör çalışanı, %19'u memur ve %16,8'i akademisyendir. Katılımcıların gelir durumu incelendiğinde; %30'unun 2.500TL veya daha az, %21,8'inin 7.001TL veya daha fazla, %18'inin 2.501TL – 4.000TL aralığında, %16,2'sinin 5.501TL – 7.000TL aralığında ve %14'ünün ise 4.001TL – 5.500TL aralığında gelire sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3'de katılımcıların finansal bilgi sorularına verdikleri cevapların dağılımı yer almaktadır.

Tablo 3. Finansal bilgi ile ilgili sorulan sorulara verilen cevapların dağılımı

Soru	Doğru Cevap Verenler		Yanlış Cevap Verenler	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Basit Bölme	378	94,5	22	5,5
Paranın Zaman Değeri	328	82	72	18
Ödenen Faiz	355	88,8	45	11,3
Basit Faiz	259	64,8	141	35,3
Bileşik Faiz	181	45,3	219	54,7
Risk-Getiri	367	91,8	33	8,3
Enflasyon	364	91	36	9
Çeşitlendirme	304	76	96	24

Katılımcıların finansal bilgi sorularına verdikleri cevaplar incelendiğinde doğru cevaplanan sorular arasında en yüksek paya %94,5 ile “Basit Bölme”, sorusunun, en düşük paya ise %45,3 ile “Bileşik Faiz” sorusunun sahip olduğu görülmektedir. “Basit Bölme” sorusu

dışında finansal bilgi sorularının doğru cevaplanma oranı %50'den yüksektir. Katılımcıların finansal bilgilere verdikleri doğru cevap yüzdelerinin genel olarak iyi olduğu ve finansal bilgi düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo'4 de Karaman ilinde ankete katılan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi açısından genel başarı durumları yer almaktadır.

Tablo 4. Finansal okuryazarlık başarı durumu

Finansal Okur Yazarlık Düzeyi	Frekans	Yüzde
Başarılı	373	93,25
Başarısız	27	6,75
Toplam	400	100

Finansal bilgiyi ölçmek için sorulan 8, finansal davranışı ölçmek için sorulan 7 soru sorulmuş olup söz konusu sorulara verilen doğru cevaplar 1, yanlış cevaplar 0 şeklinde kodlanmıştır. Finansal bilgi puanı ve finansal davranış puanı toplanarak finansal okuryazarlık puanı elde edilmiştir. Toplam 15 sorudan 9 veya daha fazlasına doğru cevap verenler başarılı, 8 veya daha azına cevap verenler başarısız olarak değerlendirilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde Karaman ilinde ankete katılan bireylerin finansal okuryazarlık başarı düzeyinin %93,25 olduğu görülmektedir. Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir.

4.3. Fark Analizlerine İlişkin Bulgular

Araştırma verileri normal dağılım gösterdiğinden finansal okuryazarlık düzeyinin demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediği t testi ve ANOVA gibi parametrik testler kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 5. Bağımsız örneklem t testi sonuçları – cinsiyet ve medeni durum

	Grup	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Cinsiyet	Kadın	177	11,82	2,215	0,105	0,746	-3,398	0,001
	Erkek	223	12,56	2,074				
Medeni Durum	Evli	216	12,65	2,074	3,587	0,059	4,296	0,000
	Bekar	184	11,74	2,172				

Tablo 5'e göre finansal okuryazarlık düzeyi açısından kadın ve erkekler arasında farklılık ($p<0,05$) vardır. Erkeklerin finansal okuryazarlık düzeyine ilişkin ortalama (12,56) kadınların ortalamasından (11,82) daha yüksektir. Bununla birlikte finansal okuryazarlık düzeyi medeni duruma göre de farklılık ($p<0,05$) göstermektedir. Evli bireylerin finansal okur yazarlık düzeyine ilişkin ortalama (12,65) bekarların ortalamasından (11,74) daha yüksektir. Karaman

ilinde yaşayan erkeklerin kadınlara, evli bireylerin bekar bireylere göre finansal okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 6 eğitim düzeyi, meslek, yaş ve gelir değişkenlerinin finansal okuryazarlık düzeyi açısından farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin analiz sonuçlarını göstermektedir. Tablo 6 incelendiğinde finansal okuryazarlık düzeyinin; eğitim düzeyi, meslek, yaş ve gelir değişkenlerine göre farklılaştığı görülmektedir ($F = 15,69$ ve $p < 0,05$, $F = 6,47$ ve $p < 0,05$, $F = 6,86$ ve $p < 0,05$, $F = 11,96$ ve $p < 0,05$). Farklılaşmanın hangi gruplar arasında meydana geldiğini belirlemek için Post Hoc testlerinden Tamhane's T2 analizi yapılmıştır.

Tablo 6. ANOVA ve Tamhane T2 test sonuçları – eğitim düzeyi, meslek, yaş ve gelir

	Grup	n	\bar{X}	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Eğitim Düzeyi	İlkokul ^a	2	12	1,41	G.A.	310,69	5	62,14	15,69	0,00
	Ortaokul ^b	2	9,5	4,95	G.İ.	1560,69	394	3,96		
	Lise ^c	25	10,88	3,05	Top.	1871,38	399			f>c
	Önlisans ^d	32	10,31	2,67						f>d
	Lisans ^e	211	12,10	1,92						f>e
	Lisansüstü ^f	128	13,23	1,57						
Meslek	Öğrenci ^a	98	11,62	2,208	G.A.	193,82	7	27,688	6,47	0,00
	İşçi ^b	10	11,10	2,685	G.İ.	1677,56	392	4,279		
	Memur ^c	76	12,75	1,782	Top.	1871,38	399			c>a
	Özel Sektör Çalışanı ^d	81	12,16	2,305						e>d
	Akademisyen ^e	67	13,37	1,347						e>a
	Emekli ^f	5	11,00	3,391						
	Çalışmıyor ^g	26	11,19	2,466						e>g
	Diğer ^h	37	12,08	2,100						e>h
Yaş	15-20 ^a	21	10,43	2,86	G.A.	149,78	5	29,96	6,86	0,00
	21-30 ^b	169	12,00	1,99	G.İ.	1721,59	394	4,37		c>b
	31-40 ^c	144	12,76	1,91	Top.	1871,38	399			c>a
	41-50 ^d	47	12,70	2,03						d>a
	51-60 ^e	14	11,07	3,29						
	61 yaş üzeri ^f	5	11,40	3,13						
Gelir	2.500TL veya daha az ^a	120	11,43	2,44	G.A.	202,11	4	50,38	11,96	0,00
	2.501TL-4.000TL ^b	72	11,83	2,12	G.İ.	1669,27	395	4,23		e>b
	4.001TL-5.500TL ^c	56	12,25	1,77	Top.	1871,38	399			e>c
	5.501TL-7.000TL ^d	65	12,75	2,19						d>a
	7.001TL veya daha fazla ^e	87	13,28	1,37						e>a

Eğitim düzeyi açısından lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü grupları arasında lisansüstü eğitime sahip bireyler lehine finansal okuryazarlık düzeyi anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yani lisansüstü eğitim mezunu olan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyleri diğerlerinden yüksektir.

Meslek açısından öğrenci, özel sektör çalışanı, akademisyen, çalışmayan ve diğer grupları arasında akademisyen lehine farklılık söz konusudur. Başka bir ifade ile akademisyenlerin finansal okuryazarlık düzeyi diğerlerinden daha yüksektir.

Yaş değişkeni açısından 15-20, 21-30 ve 31-40 yaş arası grupları arasında 31-40 yaş grubu lehine farklılık söz konusu olup 31-40 yaş grubu bireylerin finansal okuryazarlık düzeyi diğer yaş gruplarından daha yüksektir.

Gelir açısından 2.500TL veya daha az, 2.501TL-4.000TL, 4.001TL-5.500TL, 5.500TL-7.000TL ve 7.001TL veya daha fazla grupları arasında 7.001TL veya daha fazla gelire sahip grup lehine farklılık bulunmakta olup bu grubun finansal okuryazarlık düzeyi diğerlerinden yüksektir

5. SONUÇ

Bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, küreselleşme, kriz, savaş, politik istikrarsızlık gibi faktörler nedeniyle finansal sistem her geçen gün daha karmaşık hale gelmekte ve bu sistem içerisinde hayatını sürdürmek isteyen bireyler daha fazla riskle karşı karşıya kalmaktadır. Bireylerin mevcut ve gelecekte doğabilecek risklerle mücadele edebilmesi, tüketim ve yatırım kararları alabilmesi için bazı finansal bilgilere sahip olması gerekmektedir. Bireylerin hayatlarını devam ettirebilmek ve geleceklerini planlamak açısından doğru kararlar verebilmesi finansal okuryazarlık kavramının ne denli önemli olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda çalışmada Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin incelenmesi ve demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında Karaman ilinde yaşayan 15 yaş üstü 400 bireye, Atkinsoy ve Messy (2012), OECD (2015), Aksoylu ve diğerleri (2017), Kanmaz (2018), Güneş (2019) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanılarak hazırlanan anket uygulanmıştır. Anket kapsamında 8 adet finansal bilgi sorusu ve 7 adet finansal davranış ve 5 adet demografik soru yer almaktadır. Anket sorularından elde edilen veriler SPSS paket programında çeşitli analizlere tabi tutulmuştur.

Yapılan analizlerden elde edilen bulgular; Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal bilgi açısından doğru cevaplanma oranı en yüksek olan sorunun “Basit Bölme”, cevaplanma oranı en düşük olan sorunun ise “Bileşik Faiz” sorusu olduğunu ve finansal okuryazarlık başarı düzeyinin %93,25 olduğunu göstermektedir. Bu sonuç bağlamında Karaman ilinde yaşayan bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan analiz kapsamında; cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, yaş ve gelir değişkenlerinin finansal okuryazarlık düzeyini farklılaştırdığı yönünde bulgular elde edilmiştir. Özellikle erkeklerin kadınlardan, evli bireylerin bekar bireylerden, lisansüstü mezunu olan bireylerin diğer bireylerden, akademisyenlerin diğer meslek gruplarından, 31-40 yaş grubunun diğer yaş gruplarından ve 7.001TL veya daha fazla gelire sahip olan bireylerin diğer gelir gruplarından daha yüksek finansal okur yazarlık düzeyine sahip olduğu söylenebilir.

Çalışmada yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular literatürdeki bazı çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Doğru cevaplanma oranı en yüksek olan sorunun basit bölme olduğuna dair elde edilen bulgu Cihangir ve Ergin (2015) tarafından Osmaniye ilinde yapılan araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte söz konusu çalışmada cevaplanma oranı en düşük olan soru “Çeşitlendirme” sorusu iken bu çalışmada ise “Bileşik Faiz” sorusu olmuştur. Ayrıca Türkiye Ekonomi Bankası’nın 2012 yılında Türkiye geneli için yaptığı çalışmada cevaplanma oranlarının en yüksek (basit faiz) ve en düşük (çeşitlendirme) olduğu soru türüne ilişkin olarak elde edilen bulgular (Türkiye Ekonomi Bankası, 2012), bu çalışmada ortaya konan sonuçlar ile benzerlik göstermektedir.

Demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisi açısından elde edilen sonuçlar kapsamında, erkeklerin finansal okuryazarlık oranının kadınlardan daha yüksek olduğunu gösteren bulgu Potrich ve diğerleri (2017) tarafından Brezilya’da yapılan çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek ve gelir düzeyi gibi demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyini etkilediğine dair elde edilen bulgular; Cihangir ve Ergin (2015) (eğitim ve meslek), Aksoylu ve diğerleri (2017), (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, gelir), Güler ve Tunahan (2017) (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, meslek), Kadoya ve Khan (2020) (cinsiyet, yaş, eğitim, durumu, meslek, gelir) tarafından yapılan çalışma sonuçlarını desteklemektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular Karaman ilinde yaşayan bireylerin genel olarak finansal okuryazarlık düzeyinin ve finansal bilgisinin yüksek olduğunu gösterse de, bazı finansal kavramlar açısından hane halkının bilinçlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda kamu otoriteleri, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve üniversiteler tarafından finansal kavramlarla ilgili eğitimlerin verilmesi ve dönem dönem finansal okuryazarlık anketlerinin tekrarlanarak sonuçların karşılaştırılması faydalı olacaktır. Ayrıca Türkiye açısından finansal okuryazarlık düzeyi ile ilgili genel bir değerlendirme yapma adına diğer illerde de benzer çalışmaların yapılması ve illerin karşılaştırılması önerilebilir. Bu şekilde

finansal okuryazarlık düzeyinin çok düşük olduğu iller tespit edilerek gerekli planlamanın yapılması mümkün olacaktır. Geleceğe yönelik planlamalar kapsamında finansal eğitimlerin artırılması, bireylerin finansal bilgilerini ve buna bağlı olarak finansal okuryazarlık düzeylerini daha üst seviyelere çıkarmalarını sağlayacaktır. Böylece bireylerin borç ödeme, yatırım ve tasarruf yapma konusunda bilinçleneceği, kendi bütçesine ve ülke ekonomisine daha fazla katkı yapacağı söylenebilir.

KAYNAKÇA

Ak, B. (2014). Parametrik hipotez testleri. Ş. Kalaycı (Ed.), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (6. bs., ss. 73-82). Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

Aksoyly, S., Boztosun, D., Altınışık, F., & Baraz, E. H. (2017). A baseline investigation of financial literacy levels: The case of Kayseri province. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 75, 229 – 246. <https://doi.org/10.25095/mufad.399911>

Allen, M. J., & Yen, W. M. (1979). *Introduction to measurement theory*. Brooks/Cole Publishing Company.

Antalyalı, Ö. L. (2014). Varyans analizi. Ş. Kalaycı (Eds.), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (6. bs. s. 131-167). Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

Atkinsoy, A., & Messy, F. A. (2012). Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 15. <https://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>

Aydoğan, E. (2020). *Türkiye'de finansal okuryazarlık oranlarının incelenmesi ve finansal okuryazarlığın bütçeleme davranışı üzerine etkileri: İstanbul ili uygulaması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Bağlıoğlu, A. (2019). *Akademik personelin finansal okuryazarlık ve finansal davranış analizi: Fırat Üniversitesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Fırat Üniversitesi

Barlett, J. E., Kotrlık, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50.

Başarır, Ç., & Sarihan, A. Y. (2017). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlıklarının belirlenmesi: Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 143-162. <http://dx.doi.org/10.11611/yead.330952>

Cihangir, M., & Ergin, E. (2015). Finansal okuryazarlığın temel düzeyde incelenmesi: Osmaniye ilinde ankete dayalı bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 492-511. <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.649>

Çil Yavuz, N. (2014). *Finansal ekonometri*. Der Yayınları.

Çolak, H. (2017). *Mühendislerde finansal okuryazarlık ve para yönetimi becerileri: Bandırma ilçesi örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi.

Doğan, D. (2018). *Kuşaklar arasındaki finansal okuryazarlık seviyesi üzerinde sosyal medya ile kitle iletişim araçlarının etkisinin irdelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.

Eser, A. (2019). *Katılım bankalarında hesabı bulunan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi: Erzincan ili örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.

Fettahoğlu, S. (2015). Hane halkının finans eğitimi ve finansal okuryazarlık düzeyleri üzerine Kocaeli'nde bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 67, 101-116. <https://doi.org/10.25095/mufad.396581>

George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference* (Sixteen edition). Routledge.

Grohmann, A. (2018). Financial literacy and financial behavior: Evidence from the emerging Asian middle class. *Pacific-Basin Finance Journal* 48, 129–143. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2018.01.007>

Güler, E., & Tunahan, H. (2017). Finansal okuryazarlık: Hane halkı üzerine bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(3), 79-104. <https://doi.org/10.22139/jobs.323261>

Gültekin, G. (2020). *Kamu çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeylerinin ölçülmesi: Isparta ili örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.

Güneş, E. (2019). *Bireylerin finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Kayseri ve Sivas ili örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Kayseri Üniversitesi.

Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe, yöntem, analiz* (Gözden geçirilmiş ve güncellenmiş 5. baskı). Seçkin.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (Eighth edition). Cengage Learning, EMEA.

Kadoya, Y., & Khan, M. S. R. (2020). What determines financial literacy in Japan?. *Journal of Pension Economics and Finance*, 19, 353–371. <https://doi.org/10.1017/S1474747218000379>

Kalmi, P., & Ruuskanen, O-P. (2018). Financial literacy and retirement planning in Finland. *PEF*, 17(3), 335–362, <https://doi.org/10.1017/S1474747217000270>

Kanmaz, A. (2018). *Bireysel hisse senedi yatırımcılarının finansal okuryazarlık düzeyi üzerine bir çalışma: İzmir örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.

Karadeniz, E., Koşan, L., Gecgin, E., & Beyazgül, M. (2019). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin analizi: Kafkas Üniversitesi Sarıkamış kampüsünde bir araştırma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 325-345. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.585285>

Kıran, F. (2019). *Finansal okuryazarlık, risk alma eğilimi ve belirsizliğe karşı tolerans ilişkisi: Batı Akdeniz girişimcileri üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.

Klapper, L., Lusardi, A., & Panos, G. A. (2013). Financial literacy and its consequences: Evidence from Russia during the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 37, 3904–3923. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.07.014>

Krizek, J. T., & Hradil, I. (2012). Standard in financial literacy for university students: Methodology and empirical evidence. *International Journal of Business and Social Research*, 7, 21-32.

Kutlu, A. (2019). *Finansal okuryazarlık ile bütçeleme ve tasarruf davranışı: Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Manisa Celal Bayar Üniversitesi.

Lusardi, A. (2008). Financial literacy: An essential tool for informed consumer choice?. Working Paper 14084, <http://www.nber.org/papers/w14084>

Münyas, T. (2021). Mali müşavir adaylarının finansal okuryazarlık tutum ve davranışlarıyla ilgili bir inceleme. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 20(62), 23-244.

OECD (2015). 2015 OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion. OECD, https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/2015_OECD_INFE_Toolkit_Measuring_Financial_Literacy.pdf

Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2017). How well do women do when it comes to financial literacy? Proposition of an indicator and analysis of gender differences.

Journal of Behavioral and Experimental Finance, 17, 28-41.
<https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.12.005>

Rooij, M. V., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics* 101, 449-472.
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>

Şaroğlu, H. (2018). *Kamu çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi: Tunceli ilindeki kamu çalışanları üzerine bir uygulama* [Yayımlanmış yüksek lisans tezi]. Fırat Üniversitesi.

Serin, H., Şahin, Y., & Durgun, M. (2016). The determination of economic literacy level of forest products industry managers: A sample of Kahramanmaraş province. *Türkiye Ormancılık Dergisi*, 12(2), 215-221.

Türkiye Ekonomi Bankası (2012). Finansal okuryazarlık ve erişim endeksi, <https://www.teb.com.tr/finansal-okuryazarlik/>

Türkiye İstatistik Kurumu, (2022). Nüfus ve demografi, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=nufus-ve-demografi-109&dil=1>

Worthington, A. C. (2006). Predicting financial literacy in Australia. *Financial Services Review*, 1, 59-79.

Yamori, N., & Ueyama, H. (2022). Financial literacy and low stock market participation of Japanese households. *Finance Research Letters*, 44, 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102074>

Yılmaz, E., & Aslan, T. (2020). Finansal okuryazarlık ve Siirt Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 87, 181-202. <https://doi.org/10.25095/mufad.756280>.

Yücel, E., & Kuyumcu, O. (2018). Finansal okuryazarlığın ülke ekonomisindeki yeri ve finansal okuryazarlık düzeyinin tespit edilmesi: Bursa ili uygulaması. *International Journal of Social Inquiry*, 11(2), 395-422.

Zvarikova, K., & Majerova, J. (2014). Financial literacy in the Slovak Republic. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 10, 1106-1115.



Dindarlığın Gösteriş Tüketimi Üzerine Etkisi¹

Papatya TOPÇU^{2*}, Nil Esra DAL³

Geliş Tarihi/Received Date: 06.09.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 07.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, katılımcıların dindarlık düzeylerini belirlemek ve dindarlık düzeylerinin gösteriş tüketimi üzerinde ne gibi etkilerinin olduğunu açıklamaktır. Kolayda örnekleme yöntemi ile Burdur’da yaşayan 538 kişiye çevrimiçi anket uygulanmıştır. Çalışmada frekans analizi, tanımlayıcı istatistik, faktör analizi, normallik testi, güvenilirlik testi, varyans analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, katılımcıların dini duygularının ve dini yaşamlarının yoğun olduğu fakat, gösterişçi tüketim yapmadıkları ortaya çıkmıştır. Dindarlık düzeylerinin gösteriş tüketimi üzerinde zayıf bir etkisinin olduğu ve dindarlık ile gösteriş tüketimi arasında bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dindarlık, Tüketim, Gösteriş Tüketimi.

The Effect Of Religiousness on Conspicuous Consumption

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the level of religiosity of people and to explain the effects of religiosity levels on conspicuous consumption. An online questionnaire was applied to 538 participants residing in Burdur with the convenience sampling method. Frequency analysis, descriptive statistics, factor analysis, normality test, reliability test, analysis of variance, correlation analysis and regression analysis were performed in the study. As a result, it was revealed that the religious feelings and religious lives of the

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Nil Esra DAL danışmanlığında 28.07.2022 tarihli “Dindarlığın Gösteriş Tüketimi Üzerine Etkisi: Burdur İli Örneği” isimli tezden türetilmiştir.

² Bilim Uzmanı, Orcid No: 0000-0002-5892-1676

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: ptopcu@mehmetakif.edu.tr

³ Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, Orcid No: 0000-0002-3089-8873

participants were intense, but they did not make conspicuous consumption. It has been revealed that the level of religiosity has a weak effect on conspicuous consumption and there is no relationship between religiosity and conspicuous consumption.

Keywords: Religiosity, Consumption, Conspicuous Consumption.

1. GİRİŞ

Tüketim üretim olgusunun karşıtı olarak üretilen veya yapılan ürünlerin kullanılıp harcanması olarak ifade edilir. Genellikle ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapılan eylem tüketim olarak tanımlanmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca oldukça önemli bir kavram olarak karşımıza çıkan tüketim kavramı özellikle son itibaren farklı bir boyuta geçmiş ve son yıllarda daha fazla incelenmeye başlanmıştır. Geçen yüzyıla kadar daha çok iktisadı ilgilendiren bir konu iken, şimdilerde sosyoloji başta olmak üzere psikoloji, siyaset bilimi, tarih, felsefe ve güzel sanatların ilgi duyduğu konular arasına girmiştir.

İnsanların harcamaları ve harcama yaparken uyguladıkları tüm tüketim alışkanlıkları öncelikle ekonomiktir. Her birey harcama yaparken psiko-sosyal ve kültürel durumunu göz önünde bulundurmaktadır. İnsanların yaşam şekli, buldukları çevre ve diğer insanlarla olan ilişkileri, tüketim kültüründe oldukça önemli bir yere sahiptir.

Tüketim toplumunda tüm insanlar ihtiyaç duydukları ve satın aldıkları ürünün ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığı şeklinde bir çıkarımda bulunurlar. Tüketici eğer doyuma ulaşmışsa yeni bir ürüne ihtiyaç duymazken, doyuma ulaşmamışsa yeni bir ürün arayışına girer. Böylece ihtiyaçlar hiçbir zaman son bulmaz. Son yıllarda tüketiciler daha yeni ve daha özellikli ürünlere ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Bu da sosyal sınıfların belirlenmesinde rol oynamıştır. Belirli markaların satın alınıp kullanılması kişiyi ait olduğu çevreye değil daha statülü bir çevreye aitmiş gibi gösterebilmektedir.

Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler; sosyal, kültürel, demografik, durumsal ve psikolojik unsurlardır. İnançlar ve tutumlar dikkate alındığında dinin sosyo-kültürel anlamda da tüketici davranışlarını etkileyeceği söylenebilir. Din, genel olarak yaratıcıya veya Allah'a inanılması, inanılan yaratıcıya saygı duyulması ve bağlanılmasıdır ve insanların tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Kula, 2001:47). Din için ortak bir tanım bulunmamaktadır. Genel olarak; bireylerin inanç, bilgi duygu ve davranışlarının tümünü kapsayan ve tek boyutlu olmayan bir kavramdır (Gürses, 2017:24). Kişilerin din konusunda takınmış oldukları tavırlar, yaşam biçimi ve düşüncelerini hayat tarzı olarak yansıtmaları ise dindarlık olarak tanımlanmaktadır (Uysal,

2006:46). Dindarlık kavramı, kişilere, kültürlere ve mensup olunan dine göre farklılıklar gösterir. Bu çalışmada dindarlığın gösteriş tüketimine etkisi tüketim kültürü bağlamında sosyolojik olarak ele alınmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Tüketim

Tüketim belirli bir ihtiyacı karşılamak için bir ürün veya hizmetin elde edilmesi, sahip olunması, kullanılması veya yok edilmesi şeklinde ifade edilebilir. Tüketim gerçekleştiren bireylere de tüketici denir (Odabaşı,2006). Tüketimin tek bakış açısı ile tanımlanamamaktadır. Bir toplum içerisinde var olan insanların kendilerini geliştirmek üzere ele aldıkları, rutin çalışma hayatları dışındaki faaliyetlerin tamamı tüketim olarak ifade edilir (Buğra, 2000). Tüketim kavramı son yıllarda yapılan incelemelerde önceden sadece ihtiyaçları gidermeye yönelik bir eylemken, günümüzde bir eğlence ve dinlence stili haline gelmiştir(Orçan, 2008). Bu nedenle tüketim, zamanla başarı, haz, özgürlük ve eğlence gibi kavramlarla birlikte ele alınan bir olgu olarak yaşamın temel ilkesi olarak kabul görmüştür.

Küreselleşme ile birlikte daha fazla ön plana çıkan, sosyal sınıfların kendilerini ifade etme şekli olarak görülen tüketim konusu, bireylerin imajlar, göstergeler, semboller ve imgeler ile kendi siyasi ve sosyal kimliklerini ön plana çıkarma çabası olarak ifade edilmeye başlanmıştır. İnsanların yaşam standardının artması, tüketim ihtiyacının gereğinden fazla olması ve tüketilen ürünlerden elde edilen hazzın artması gibi nedenlerden dolayı tüketim mutluluğun ve gücün göstergesi olmuştur (Üstün ve Tatal, 2008).

İnsanlık tarihi kadar eski bir olgu olmasına rağmen özellikle son yıllarda pek çok disiplin tarafından tekrar ele alınan ve yeniden yorumlanan bir kavram olan tüketim son zamanlara kadar sadece iktisat bilimini ilgilendiren bir konuydu. Günümüzde sosyoloji, psikoloji, tarih, siyaset, felsefe ve güzel sanatlar gibi pek çok bilim dalının ilgi alanına giren bir konu olmuştur. Gösterişçi tüketim, sembolik tüketim, hazcı tüketim, deneysel tüketim, faydacı tüketim olarak detaylandırılabilen tüketim türleri bulunmaktadır (Orçan,2008).

2.2. Gösteriş Tüketimi

Amerika'nın en etkili düşünürü olarak bahsedilen, sosyolog ve eleştirmen Veblen, gösteriş tüketimi kavramını ilk defa dile getiren kişi olarak kabul edilmiştir. 1859 yılında yayınlamış olduğu "The Theory of The Leisure Class" (Aylak Sınıfı Teorisi) isimli kitabında, tüketim kalıplarını incelemiş ve gösteriş amacıyla tüketim yapılabileceğini belirtmiştir. Veblen, gösteriş tüketiminin özellikle üst sosyal sınıflarca yapıldığını ama üst sınıf kadar bu sınıfa

benzemeye çalışan diğer sınıflar tarafından da taklit alışverişler yapıldığını ortaya koymuştur (Güleç, 2015).

Duesenberry'nin araştırmalarına göre ise, bireylerin tüketim düzeyleri belirli seviyeye ulaştıktan sonra tekrar azalma eğilimine girmediğini belirtmiştir. Bireylerin belli bir sosyal çevreye ulaşması neticesinde tüketim harcamalarında artış meydana geldiğini, bu artışın da buldukları sosyal çevreye ayak uydurmak için kaynaklandığını belirtmiştir. Bu harcamalar ile çevredeki insanları etkileme gibi eğilimin var olduğunu belirtmiştir (İçgüden ve Köne, 2002).

Toplumun içinde bulunduğu kültürel ve sosyal yapının gösterişe meraklı olması ve sürekli gösteriş tüketimi yapması kişilerinde davranışlarına yön vermektedir (Çınar ve Çubukçu, 2010). Bireyler zamandan ve mekândan bağımsız olarak özellikle kendinden hoşlanmaya ve kendini beğenmeye özendirilir. Kişinin kendi varlığını bulunduğu sosyal çevreye kabul ettirmesi, satın aldıkları ile diğer insanların beğenisini kazanmak üzerinedir (Baudrillard, 2016). Daha iyi ve fazla tüketmenin sınıfsal bir farklılık oluşturduğunun düşünülmesi, daha üst sınıflarda yer alma arayışında olan kişilerin buna uygun şekilde davranması ve gösteriş tüketimi sembolü olan ürünleri kullanmasına neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak, meta ve tüketimci performans, üstünlük göstergesi olarak kullanılmaya başlanmıştır (Osmanlı ve Konya, 2014).

Gösteriş tüketimine, değişen gelir seviyesi, takdir edilme, lüks ürün deneyimleme, zamanla tercihlerin değişmesi, reklamlar ve reklamların oluşturduğu algı neden olmaktadır. Çevre, moda, marka gibi unsurlar da gösteriş tüketimini tetikleyen diğer sebeplerdir(Karabulut,1985).

3. DİNDARLIK

Toplumsal hayattan farklı tezahürleri ile birlikte ele alınan ve bu farklılıklardan dolayı farklı bakış açıları da geliştirilen din, göreceli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalarda araştırmacıların hepsinin hemfikir olduğu bir dindarlık tanımı bulunmamaktadır.

Dindarlık konusunun tanımı yapılırken, dinin boyutları konusu oldukça önemli bir noktada yer almaktadır. Söz konusu boyutların dinlerde yer alan karşılıklarına bakılarak dindarlığın belli ölçüde tanımı yapılmakta fakat kimlere dindar denileceği tam olarak ifade edilememektedir (Hökelekli, 2016). Kesin bir tanımı olmasa da kişilerin din konusunda takınmış oldukları tutum ve davranışları ortaya koyma biçimi ve bu düşüncelerini hayat tarzı olarak idame ettirme şekilleri dindarlık olarak ifade edilebilir. Dindarlık kavramının temelinde yer alan pek çok teorik unsurun Allah inancı ile birlikte dinin emirlerine uyarak yasaklarından kaçınma ilkesi içerisinde yaşama olarak ifade edilmesi de mümkündür (Uysal, 2006). Dindarlık kavramı,

kişilere, kültürlere ve mensup olunan dinin temel ilkelerine göre farklı anlamlar kazanır. Bu bağlamda bir Hristiyan ve Müslümanın dindarlık algılaması farklı olacağı gibi aynı dinin mensuplarınca da farklı dindarlık kavrayış ve yaşam biçimleri görülebilir. Bu yönüyle bakıldığında dindarlığın bireysel boyutu öne çıkar (Kimter, 2013). Dindarlıkta inanmak tek başına yeterli değildir. Bilgi, inanç, davranış arasında bir bütündür. Dolayısıyla bu üçlüyü hayatına yansıtabilen insanları genel olarak dindar diye tanımlayabiliriz (Ülken, 2014). Toplumsal olarak dindarlığı araştıran diğer araştırmacılardan Glock ve Stark'ın belirlemiş oldukları inanç, törensel, duygusal, bilgi, etki boyutlarından da bahsetmek mümkündür (Yaşar, 2006).

Dindarlık kavramı ile psikoloji biliminin yakından ilgili olduğu alanlardır. Psikolojik anlamda, bireylerin kendisi ve toplum içerisinde var olan diğer insanlar ile ilişkilerinin; din ile ilgili çıkarımların yapılmasını ve algılanmasını sağlar. Dindarlık bireysel yöntemler ile ele alındığından dini algılama ve yaşama farklı düzeylerde ortaya çıkmaktadır (Hökelekli, 2018). James ise dindarlık olgusu ile ilgili olarak ortaya çıkan pratik boyutların, kurumsallaşmış olan dindarlık ile duyguların ve tecrübelerin ön plana çıktığı bireysel dindarlık olarak ifade edilen dindarlığın ayrımının yapılması gerektiğini savunurken; Weber James'ten farklı olarak halk dindarlığı ile seçkin dindarlık olarak ifade edilen daha özel bir dindarlık türünün ayrılması gerektiğini belirtmiştir (Weber, 2006).

Dindarlığın birden çok boyutta olması belli oranda ölçülebilir olması ise din psikolojisi alanında pek çok dindarlık ölçeğinin gelişmesine sebep olmuştur. En belirgin dindarlık tipolojisi ise Alport'un geliştirdiği iç güdümlü dindarlık ve dış güdümlü dindarlıktır. İç güdümlü dindarlıkta inanış yaşam koşullarını etkilerken dini yaşama şekli içten ve samimidir. Dış güdümlü dindarlıkta din bir amaçtır (Kurt, 2009). Dindarlığı etkileyen unsurlar arasında, aile, yaş, eğitim, çevre, dini gruplar, örgütler, kitle iletişim araçları bulunmaktadır (Coştu, 2009).

4. ARAŞTIRMANIN METEDOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Tüketim olgusu insan hayatının vazgeçilmez bir eylemi konumundadır. Tüketici davranışları ile tüketim olgusunun taşıdığı anlamlar tarih boyunca çeşitli değişimlere uğramıştır. Bu dönüşüm özellikle yaşanan döneme ait kültürün tüketicilere yansması olarak değerlendirilmiştir. Kültürü oluşturan diğer bir olguda dindir. Din bireylerin yaşantıları ve özellikle de tüketim kalıpları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Dinin ve dindarlığın bireylerin tüketim davranışları üzerine etkisi hem araştırmacılar hem de işletmeciler için oldukça önemli

bir konu olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu sebeple dindarlık ve tüketim arasındaki etkileşimin daha iyi anlaşılmasını sağlamak önem arz etmektedir.

Bu doğrultuda yapılan çalışmada insanların dindarlık düzeylerinin belirlenerek dindarlık düzeylerinin gösteriş tüketimi üzerinde ne gibi etkilerinin olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Burdur ilinde yaşayan bireylerin dindarlık düzeylerinin gösteriş tüketimine etkisi incelenerek literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

4.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmada nicel araştırma yöntemi izlenmiş, veri toplamak için çevrimiçi anket metodu uygulanmıştır. Anket çevrimiçi olarak oluşturulmuş ve ankete katılım için anket bağlantısı çeşitli sosyal medya araçları ile katılımcılara iletilmiştir.

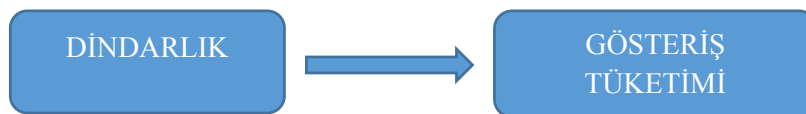
Anket üç bölümden ve 74 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular ikinci bölümde Kayıklık (2003) geliştirdiği “Dinsel Yaşayış Ölçeği”ne ait sorular, üçüncü bölümde Chaudhuri (2011) geliştirdiği “Gösteriş Tüketimi Ölçeği” ne ait sorular bulunmaktadır. Dinsel Yaşayış Ölçeği yedili likert, Gösteriş Tüketimi Ölçeği ise beşli likert tipi ölçekten oluşmaktadır.

4.3. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın evreni Burdur ilinde yaşayan bireylerden oluşmaktadır. 2021 yılı TÜİK verilerine göre Burdur ilinin nüfusu 273.716’dır (TÜİK, 2021). Evren büyüklüğünü belirlemek için %95 güven düzeyinde 384 olması yeterli kabul edilmektedir. Evrenin büyüklüğü göz önüne alındığında kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve çevrimiçi anket uygulanmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Araştırmamızda 538 anket ile analiz yapılmıştır.

4.4. Araştırmanın Modeli, Değişkenleri ve Hipotezleri

İnceleme uygulamalı bir inceleme olup, nicel araştırma yöntemlerini içermektedir. Dindarlık ile gösteriş tüketimi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının ortaya çıkartılmasında bu amaca uygun olarak geliştirilen ilişki model kullanılmıştır. Araştırmanın modeli Şekil 1’de belirtilmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Şekil 1’de ki araştırma modelinde bağımsız değişken dindarlık, bağımlı değişken ise gösteriş tüketimidir. Dindarlığın gösteriş tüketimi üzerindeki etkisi incelenecektir.

Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H₁: Dindarlık ile gösteriş tüketimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Dindarlık ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Dindarlık ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Dindarlık ile meslek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Dindarlık ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Dindarlık ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇: Gösteriş tüketimi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₈: Gösterişçi tüketimi ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₉: Gösteriş tüketimi ile meslek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₀: Gösteriş tüketimi ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₁: Gösteriş tüketimi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₂: Dindarlığın, gösteriş tüketimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

5.1. Araştırmanın Örneklemine İlişkin Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri

Demografik Bilgiler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	218	40,5
Erkek	320	59,5
Toplam	538	100
Medeni Durum		
Bekar	417	77,5
Evli	121	22,5
Toplam	538	100
Meslek		
Öğrenci	379	70,4
Kamu çalışanı	101	18,8
Özel sektör çalışanı	12	2,2
Serbest meslek	7	1,3
Emekli	8	1,5
Ev hanımı	12	2,2
Diğer	19	3,5
Toplam	538	100

Gelir Düzeyi		
1000 TL ve altı	302	56,1
1001-3000 TL arası	69	12,8
3001-6000 TL arası	64	11,9
6001-9000 TL arası	60	11,2
9001-12000TL arası	25	4,6
12001-15000 TL arası	10	1,9
15000 TL üzeri	8	1,5
Toplam	538	100
Yaş		
18 yaşından küçük	2	0,4
18-24 yaş arası	375	69,7
25-34 yaş arası	54	10
35-44 yaş arası	72	13,4
45-54 yaş arası	22	4,1
55-64 yaş arası	12	2,2
65 yaş ve üzeri	1	0,2
Toplam	538	100

Tablo 1’de yer alan veriler incelendiğinde katılımcıların 218’inin kadın, 320’sinin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların 417’si bekâr, 121’i ise evli olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların meslek alanındaki dağılımı 379 kişi (%70,4) öğrenci, 101 kişi (%18,8) kamu çalışanı ile örneklemin büyük bölümünü oluşturmaktadır. Katılımcıların gelir düzeyi incelendiğinde yarısından daha fazlasının (302 kişi) 1000 TL ve altında geliri olduğu görülmektedir. 18-24 yaş grubu 375 kişi ile en kalabalık yaş grubunu oluşturmaktadır.

5.2. Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri ve Normallik Dağılımı

Verilerin normal dağılıp dağılmadığı basıklık, çarpıklık değerler ile açıklanabilir. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ve +2 Aralığında ise söz konusu değişkenin normal dağıldığı kabul görmektedir. Basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 Aralığında ise verilerin dağılımının normal olduğu kabul edilir (George ve Paul, 2003; Şencan ve Fidan, 2020: 646).

Literatür taramasında üçlü, dördü ve beşli Likert tipi puanlama sistemlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir (Kayıklık, 2003; Yapıcı, 2006; Ok, 2011). Ancak bu çalışmada, katılımcıların görüşlerini yüksek oranda yansıtmak için 7’li Likert tipi bir ölçek sistemi kullanılmıştır

Sonuçlar incelendiğinde birçok soru için -2 ile +2 aralığında yer almadığı görülmektedir. Bu sonuçlar verilerin normal dağılmadığı sonucunu ortaya koymaktadır.

Ölçekler ve maddeler incelenecek olursa; dinsel yaşayış ölçeğine yönelik ifadelerin cevap ortalamalarının 6,79 ile 4,28 puan arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. En yüksek ortalama “Allah’ın var olduğuna inanıyorum” ifadesinde, en düşük ortalama ise “Televizyonda yayınlanan dinsel programları seyrediyorum” ifadesinde elde edilmiştir. Dinsel yaşayış ölçeğinin alt boyutları incelendiğinde inanç boyutuna yönelik ifadelerin cevap ortalamalarının 6,79 ve 6,13

yanıt ortalamalarına sahip oldukları görülmektedir. En yüksek ortalamanın elde edildiği ifade “Allah'ın var olduğuna inanıyorum”, en küçük ortalamanın elde edildiği ifade “Kur'an günümüze kadar aynen korunmuştur” ifadesidir. Ahlak boyutuna ait ifadelerin cevap ortalamalarının 6,52 ve 6,05 yanıt ortalamalarına sahip oldukları görülmektedir. En yüksek ortalama “Bana emanet edilen bir şeyi inancım gereği her zaman korurum”, en küçük ortalama “İnsanlara iyi davranmak din tarafından tavsiye edildiği için insanlara iyi davranıyorum” ifadesiyle elde edilmiştir. İbadet boyutuna yönelik ifadelerin cevap ortalamaları 6,55 ve 4,28 puan arasında yer almaktadır. En yüksek ortalamanın elde edildiği ifade “Dua ediyorum”, en küçük ortalamanın elde edildiği ifade “Televizyonda yayınlanan dinsel programları seyrediyorum” ifadesidir.

Gösteriş tüketimi ölçeğine yönelik ifadelerin cevap ortalamalarının ise 5,01 ile 1,82 puan aralığında olduğu görülmektedir. En yüksek ortalama “Ürünlerin başarının sembolleri olabileceğini düşünüyorum” ifadesinde, en düşük ortalama ise “Bazı ürünleri başkalarına zengin olduğumu göstermek istediğim için satın alıyorum” ifadesinde elde edilmiştir.

5.3. Ölçeklerin Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Çalışmada 36 ifadeden oluşan “Dinsel Yaşayış Ölçeği” ve 33 ifadeden oluşan “Gösteriş Tüketimi Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçekler tek bir boyutu ölçtüğünden faktör analizi yapılırken 2 ölçek tek grup olarak analiz edilmiştir.

Veri setinin faktör analizine uygunluğunun tespiti için 3 yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler korelasyon matrisi oluşturma, Barlett testi ve Kaise-Meyer-Olkin (KMO) testidir (Kalaycı, 2017: 321). Değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı 0,30 ve üzerinde ise bu değişkenlerin faktör oluşturma olasılığının yüksek olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2002: 474). Analize devam etmek için Barlett's testinin 0,05'ten küçük olması ve değişkenler arasında yüksek bir korelasyon belirlenmesi gerekir. Bu sayede veri setinin faktör analizi için uygunluğu tespit edilmiş olur. Örneklem yeterliliği için KMO testi yapılmıştır. Bu test sonucunda KMO oranı 0,5'ten büyük olmalıdır. Oran ne kadar yüksek olursa, veri seti faktör analizi için o kadar uygundur. KMO değerine göre; 0,50 altı kabul edilemez, 0,50 zayıf, 0,60 orta, 0,70 iyi, 0,80 çok iyi ve 0,90 mükemmel şeklinde yorumlanır (Kalaycı, 2017: 322). Güvenirlik analizinde test için Cronbach Alpha modeli kullanılmıştır. Bu teknik, ölçekteki k sorusunun homojen bir yapı göstererek bir bütünü ifade edip etmediğini kontrol eder. 0 ile 1 arasında değişen bu sayıya alfa katsayısı denir. Can'a (2017: 391) göre güvenirlik katsayısı değerlendirmesi şu şekilde olmaktadır:

“ $0.00 \leq \alpha < 0.40$ güvenilir değil, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ düşük derecede güvenilir, $0.60 \leq \alpha < 0.90$ oldukça güvenilir, $0.90 \leq \alpha < 1.00$ yüksek derecede güvenilir.”

Faktör edinme yöntemi olarak analiz sırasında manuel 2 faktör girişi yapılmıştır. Çünkü, her ölçek bir boyutu ölçmekte ve 2 ölçeğin bulunmaktadır. Dinsel yaşayış ölçeğinin 0,974 değeri ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Gösteriş tüketimi ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,956 olduğu için ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2017: 405; Lorcu, 2015: 208).

Barlett testi sonuçlarının anlamlılık değeri $0,00 < 0,05$ olduğundan değişkenler arasındaki ilişkinin yüksek olduğu ve veri setinin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir. Ayrıca KMO değerinin 0,963 olması örneklemin yeterliliği için iyi bir uyum olarak yorumlanmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 318). Değişkenlerin faktör ağırlığı 0,50'den büyükse çok iyi bir ağırlığa sahip olduğu söylenir. Tüm ölçek değişkenlerinin ve genelinin 0,50'den büyük ağırlığa sahip olduğu ve bu şartı sağladığı görülmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 324). Açıklanan varyansla ilgili olarak birinci faktörün varyansın %31,58'ini, ikinci faktörün varyansın %20,80'ini açıkladığı görülmektedir. 2 faktör birlikte varyansın %52,37'sini açıklamaktadır.

5.4. Faktör Analizi Sonucu Ölçeklerin Normallik Dağılımı

Açımlayıcı faktör analizi sonucu ölçeklerin normallik analizine ait sonuçlar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Faktör analizi sonucu ölçeklerin normal dağılımı

Ölçekler	N	Ortalama	Çarpıklık	Basıklık
Dinsel Yaşayış Ölçeği	538	6,08	-2,412	6,441
Gösteriş Tüketimi Ölçeği	538	3,03	1,056	1,248

Tablo 2'de görüldüğü üzere Dinsel Yaşayış Ölçeğine ait basıklık ve çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında olmadığından normal dağılım göstermemektedir. Bu durumda değişkenlerin en az birinin normal dağılım göstermemesi nedeniyle değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için parametrik olmayan analiz yöntemlerinden Spearman korelasyon testi uygulanır.

5.5. Korelasyon Analizi Bulguları

Korelasyon analizi değişkenler arasındaki ilişkiyi temel alan bir analizdir. Değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığını incelemektedir. Bir ilişki bulunduğunda şiddetini ve yönünü belirlemeye yardımcı olur (Gürbüz ve Şahin, 2016: 263). Değişkenler arasındaki ilişki neden ve sonuç (nedensellik) değildir. Ancak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki nedensel ilişkiyi belirlemek için (regresyon analizi) korelasyon analizi yapılmalıdır. Korelasyon analizi iki

bağımsız değişken arasındaki doğrusal ilişkinin yönünü ve gücünü belirtir. Her iki değişkenin de dağılımının normal olması durumunda Pearson korelasyon katsayısı kullanılabilir. Normal dağılıma uymayan değişkenlerde, değişkenlerin korelasyonunu değerlendirmek için pearson korelasyon analizinin parametrik olmayan karşılığı olan spearman korelasyon analizi kullanılabilir. İki'den fazla değişkenin aralarındaki ilişkiyi analiz etmek için parametrik analiz olarak ANOVA, parametrik olmayan analiz olarak ise Kruskal-Wallis testi kullanılabilir (Açıkel ve Kılıç, 2014).

"r" ile gösterilen korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü gösterir. -1 ile +1 arasındaki korelasyon katsayısı (r) +1'e yakın olduğunda değişkenler arasında pozitif korelasyon, -1'e yakın olduğunda negatif korelasyon, sıfır olduğunda ise ilişki olmadığı sonucu elde edilir. Değişkenler arasındaki ilişki korelasyon katsayısına göre aşağıdaki gibi değerlendirilir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 263);

Korelasyon ile ilgili hipotez ve analizleri şu şekilde belirtilmiştir:

Tablo 3. Korelasyon analizi bulguları

	Dinsel Yaşayış	Gösteriş Tüketimi	Cinsiyet	Medeni Durum	Meslek	Gelir	Yaş
Spearman Korelasyon	1	,015	-0,007	-0,01			
Sig. (2 Yönlü)		,72	0,869	0,823			
N	538	538	538	538			
Ki Kare					9,398	8,446	13,382
p					0,152	0,207	0,037**
	Gösteriş Tüketimi	Cinsiyet	Medeni Durum	Meslek	Gelir	Yaş	
Spearman Korelasyon	1,000	-,060	-,170**				
Sig. (2 Yönlü)		,166	,000				
N	538	538	538				
Ki Kare				22,545	20,969	23,998	
p				0,001**	0,002**	0,001**	

**Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır. **Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü).

Dinsel Yaşayış Ölçeği ile Gösteriş Tüketimi Ölçeği arasında ilişki olup olmadığının tespiti için Spearman korelasyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde $p= 0,720$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_1 hipotezi reddedilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile gösteriş tüketimi arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p=0,72>0,05$).

Dindarlık ile cinsiyet değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde $p= 0,869$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_2

hipotezi reddedilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile cinsiyet arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p=0,869>0,05$).

Dindarlık ile medeni durum değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde $p= 0,823$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_3 hipotezi reddedilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile medeni durum arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p=0,823>0,05$).

Meslek değişkeninin ikiden fazla değişken içermesi nedeniyle dindarlık ile meslek değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için Kruskal-Wallis testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre $p= 0,152$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_4 hipotezi reddedilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile meslek arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p=0,152>0,05$).

Dindarlık ile gelir düzeyi değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre $p= 0,207$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_5 hipotezi reddedilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile gelir düzeyi arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p=0,207>0,05$).

Dindarlık ile yaş değişkeni arasında ki ilişkinin tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre $p= 0,037$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_6 hipotezi kabul edilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=0,037<0,05$).

Gösteriş tüketimi ile cinsiyet değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre 0,05 anlamlılık düzeyinde $p= 0,166$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_7 hipotezi reddedilecektir. Analiz sonucunda dindarlık ile cinsiyet arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p=0,166>0,05$).

Gösteriş tüketimi ile medeni durum değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre 0,01 anlamlılık düzeyinde $p= 0,000$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_8 hipotezi kabul edilecektir. Analiz sonucunda gösterişçi tüketim ile medeni durum arasında negatif yönlü zayıf ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p= 0,000<0,05$ ve $r=-0,170$).

Meslek değişkeninin ikiden fazla değişken içermesi nedeniyle gösteriş tüketimi ile meslek değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için Kruskal-Wallis testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre $p= 0,001$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_9 hipotezi kabul edilecektir. Analiz sonucunda gösteriş tüketimi ile meslek arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=0,001<0,05$).

Gösteriş tüketimi ile meslek değişkeni arasındaki ilişkinin hangi meslek grubuna göre farklılaştığının tespit edilebilmesi için Post-hoc testi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıda yer almaktadır.

H10: Gösteriş tüketimi ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Gösteriş tüketimi gelir düzeyi değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre $p= 0,002$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_{10} hipotezi kabul edilecektir. Analiz sonucunda gösterişçi tüketim ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=0,002<0,05$).

Gösteriş tüketimi ile gelir düzeyi değişkeni arasındaki ilişkinin hangi meslek grubuna göre farklılaştığının tespit edilebilmesi için Post-hoc testi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıda yer almaktadır.

H11: Gösteriş tüketimi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Gösteriş tüketimi ile yaş değişkeni arasında ilişki olup olmadığının tespiti için yapılan analiz sonuçlarına göre $p= 0,001$ olarak elde edilmiştir. Bu durumda H_{11} hipotezi kabul edilecektir. Analiz sonucunda gösteriş tüketimi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=0,001<0,05$).

Tablo 4'te korelasyon analizi bulgularına göre ilişki bulunan değişkenlere ait Post-hoc testi bulguları verilmiştir. Gösteriş tüketimi ile yaş değişkeni arasındaki ilişkinin hangi yaş grubuna göre farklılaştığının tespit edilebilmesi için Post-hoc testi yapılmıştır. Dindarlık ve gösteriş tüketimi ile yaş değişkeni arasındaki ilişkinin hangi yaş gruplarına göre farklılaştığının tespit edilebilmesi için Post-hoc testi yapılmıştır. 65 yaş ve üzeri yaş grubunda yalnızca 1 kişi bulunduğu için, analize devam edebilmek için bu yaş grubu 55 ve 64 yaş arası grupla birleştirilerek 55 ve üzeri yaş adında yeni bir yaş grubu oluşturulmuştur.

Tablo 4. Post-hoc testi bulguları

	Gösteriş Tüketimi Ort.	F	P	Dindarlık Ort.	N	F	P
18 yaşından küçük	3,36			6,35	2		
18-24 yaş arası	3,19			6,14	375		
25-34 yaş arası	2,89	5,163	0,000**	5,90	54	2,731	0,019**
35-44 yaş arası	2,54			5,98	72		
45-54 yaş arası	2,41			6,44	22		
55 yaş ve üzeri	2,66			5,32	12		
		F	P	N			
Öğrenci	3,19			379			
Kamu çalışanı	2,66			101			
Özel sektör çalışanı	2,81			12			
Serbest meslek	2,58	3,642	0,001**	7			
Emekli	2,16			8			
Ev hanımı	2,73			12			
Diğer	2,81			19			
1000 TL ve altı	3,18			302			
1001-3000 TL arası	3,12	69					
3001-6000 TL arası	2,80	64					
6001-9000 TL arası	2,62	3,137	0,005	60			
9001-12000TL arası	2,49			25			
12001-15000 TL arası	3,14			10			
15000 TL üzeri	3,30			8			

**Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Analiz sonuçları incelendiğinde yaş gruplarına ait dindarlık ortalamalarının anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Öğrenci grubuna ait gösteriş tüketimi ortalaması diğer meslek grupları ortalamalarına göre anlamlı derecede yüksektir (Gösterişçi tüketim ort.=3,19). Gelir düzeylerine ait gösteriş tüketimi ortalamalarının ve yaş gruplarına ait gösteriş tüketimi ortalamalarının anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

5.6. Regresyon Analizi Bulguları

Regresyon analizi, esas olarak iki değişken arasındaki ilişkiyi incelemek için regresyon fonksiyonları üzerinde istatistiksel çıkarımlar yapan bir analizdir. Parametrik ve parametrik olmayan olmak üzere iki çeşit regresyon analizi yapılabilir. Bu teknikler, regresyon analizini iki farklı açıdan gerçekleştirir. Parametrik regresyon güçlü varsayımlar gerektirir, parametrik olmayan regresyonda ise bu varsayımlar zorunlu değildir (Tezcan, 2011).

Araştırma kapsamında oluşturulan model test edilecektir. Modelin parametrik olmayan regresyon modeline yönelik hipotez şu şekildedir:

Modele ait parametrik olmayan regresyon analizi sonuçları Tablo 5, Tablo 6 ve Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Model özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Tahmini Standart Hatası	Durbin-Watson
1	,125 ^a	,016	,014	1,23923	2,139

a. Bağımsız Değişken: (Sabit), Dindarlık puanı

b. Bağımlı Değişken: Gösteriş Tüketimi

Parametrik olmayan regresyon analizi, dindarlığın gösteriş tüketimi üzerindeki etkisini değerlendirmek uygulanmıştır. Model, bir tane bağımsız değişken içermektedir.

Tablo 5’de yer alan Durbin-Watson değeri hata terimleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Elde edilen 2,139 Durbin-Watson değerinin yorumlanma şekli; 2’ye yakın olduğundan, hata terimleri arasında korelasyon olmadığı ve hata terimlerinin birbirinden bağımsız olduğu anlaşılmaktadır. Durbin-Watson değerinin 0’a yakın olması, pozitif bir otokorelasyon olarak yorumlanırken, 4’e yakın olması, hata terimleri arasında negatif otokorelasyonun olduğunu göstermektedir (Mayer, 2013: 417; Kalaycı, 2017: 267). Bağımsız değişkenin, bağımlı değişkeni etkileme oranı R Kare değeri ile elde edilmektedir. Bu değere göre dindarlığın, gösteriş tüketimi üzerinde etkisi %1,6 olarak elde edilmiştir. Geriye kalan %98,4’lük etki dindarlık dışındaki faktörler tarafından kaynaklanmaktadır (Mayer, 2013: 428-430; Kalaycı, 2017: 267).

Tablo 6. Varyans analizi tablosu

Model	Kareler Toplamı	df (Serbestlik Derecesi)	Kareler Ortalaması	F	p	
1	Regresyon	13,134	1	13,134	8,553	,004 ^b
	Artık Değer	823,131	536	1,536		
	Toplam	836,265	537			

a. Bağımsız Değişken: (Sabit), Dindarlık

b. Bağımlı Değişken: Gösteriş Tüketimi

Tablo 6’de yer alan modele ait parametrik olmayan regresyon modelinin Anova sonuçlarına göre edilen p değeri ($p=0,004<0,05$) ile modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu görülmektedir (Mayer, 2013: 424; Kalaycı, 2017: 268).

Tablo 7. Katsayılar tablosu

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p	Eşdoğrusallık İstatistikleri		
	B	Standart Hata	Beta			Tolerans	VIF	
1	(Sabit)	2,099	,324	6,484	,000			
	Dindarlık puanı	,153	,052	,125	2,924	,004	1,000	1,000

a. Bağımlı Değişken: Gösteriş Tüketimi

Tablo 7’de araştırmanın modeli ile ilgili katsayı tablosu yer almaktadır. Bu tablo ile bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki etki, eğer bir etki varsa etkinin yönü ve büyüklüğü ortaya konmaktadır. Elde edilen p değeri ($p=0,004<0,05$) incelendiğinde modelde yer alan bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni etkilediği görülmektedir (Kalaycı, 2017: 268). Bu durumda, H12 hipotezi kabul edilerek, “dindarlık, gösteriş tüketimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir” anlamına denilmektedir. Bu etkinin zayıf yönlü bir etki olduğu söylenebilir (Açıkel ve Kılıç, 2014). Etkinin yönü ve büyüklüğü incelendiğinde dindarlık puanı bir birim arttığında gösteriş tüketimi 0,15 birim pozitif yönlü artmaktadır.

6. SONUÇ

Din ve dindarlık ile tüketim olgusunun ele alındığı araştırmalar özellikle son dönemlerde artmaya başlamıştır. Toplumsal olaylarda meydana gelen değişimler her iki kavramın da tekrar ele alınmasına ve yeniden anlamlandırılmasına olanak tanımıştır. Tüketim içinde bulunduğumuz dönemde sadece ihtiyaçların karşılanması amacıyla yapılan bir iş olmaktan çok daha fazla anlamlar ifade etmeye başlamıştır. Temel ihtiyaçların karşılanmasından ziyade, belli malların satın alınışı ve kullanılışı belirli sembol ve göstergeleri ifade etmeye başlamıştır. Hatta statü ve gösterge eğilimlerinin gerçek ihtiyaçların giderilmesinden daha önemli hale geldiği pek çok araştırmada ortaya konmuştur. Tüketim eğilimlerinde meydana gelen bu değişimin aynı şekilde din ve inanç eğilimlerinde de belli oranda yaşandığı görülmektedir. Bu kapsamda geleneksel yapıdan uzaklaşan din ve dindarlık olgusu teolojik bir dayanak noktası olmaktan daha çok, toplumsal ve manevi ihtiyaçların giderilmesine yönelik bir kavram haline gelmiştir.

Dindarlığın gösteriş tüketimine etkisinin ele alındığı bu çalışmada, tüketim ve dindarlık olgusunun günümüzde nasıl algılandığı üzerinde durulmaktadır. Fakat konu uzun süreli bir incelemeye tabi tutulduğunda özellikle 1980’li yılların sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi alanda köklü değişikliklere neden olduğu görülmektedir. Küreselleşme ile serbest piyasa ekonomisi ile iktidar partilerinin dışa dönük politikaları neticesinde Türkiye tüketim konusunda daha önceki yıllarda görmediği kadar büyük bir dönüşüme uğramıştır. 2000’li yıllardan itibaren ise kendisini dindar olarak konumlandıran insanların da bu dönüşüme katıldıkları görülmektedir. Özellikle 2010’lu yıllardan sonra kendini dindar olarak konumlandıran kesim, artan ekonomik güç ile tüketim harcamalarını arttırmış ve kendinden önceki nesil ile kıyaslandığında çok daha farklı bir tüketim kültürü oluşturmaya başlamıştır (Köroğlu, 2012: 78).

Özellikle de kendini dindar olarak ifade eden kimselerin hem zengin hem de Müslüman olunabileceği ve “Müslümanlar her şeyin en iyisine layıktır.” (Küçükşen, 2012: 176) düşüncesi

ile lüks otellerde iftar organizasyonu gibi pek çok gösterişçi harcamayı yapabileceği düşüncesi de özellikle son yıllarda daha fazla ortaya çıkmıştır. Önceki yıllar hatta yüzyıllarda bir lokma bir hırka düşüncesi yavaş yavaş terk edilmeye başlanmış ve İslam ile modern dünya argümanları bir arada kullanılmaya başlanılmıştır. Yaşam biçimi ve zihniyeti ile de örnek olması gereken Müslümanlar, zengin de olmalıdır. Gösteriş tüketimi yapmaya meyilli olan dindarlara göre, zenginler olmazsa zekâtı kim verecek sorusu cevapsız kalmaktadır. Ayrıca onlar, “büyük âlimler, İmam Azam vb. hep zengin insanlardan oluşmakta ve bu durumda da gösteriş tüketimi yapmak gayet normal bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Sungur, 2020: 246). Fakat bu görüşlerden farklı olarak bu araştırmada dindar kesimin gösteriş tüketimi eğilimi göstermediği söylenebilir.

Dindarlık ölçeğinde yer alan soruların büyük bir bölümü yedi üzerinden altı ve üzeri ortalamaya sahiptir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda katılımcıların dindarlık ölçeğine verdikleri cevaplar doğrultusunda dini duygularının ve dini yaşamlarının yoğun olduğu sonucu elde edilmiştir.

Katılımcıların gösterişçi tüketim ölçeğine verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde ölçekte yer alan ifadelere büyük oranda katılmadıkları ortaya çıkmıştır. Dindarlık ve gösteriş tüketimi ölçeklerine verilen cevaplar sonucu elde edilen bulgularda dindarlık ile gösteriş tüketimi arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Karaahmetoğlu'nun (2022) yaptığı çalışmada bulgularımızdan farklı sonuç elde etmiş ve dindarlık ile gösteriş tüketimi arasında bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin ters yönlü olduğu, dindarlık düzeyi arttıkça gösteriş tüketimi davranışının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Cinsiyet faktörü ile dindarlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiş, cinsiyet ile dindarlık düzeyin seviyeleri arasında önemli bir fark gözlemlenmediği sonucu elde edilmiştir. Sadi (2022) çalışmasında bulgularımıza paralel sonuçlar elde etmiş ve kadın ve erkek katılımcılar arasında dindarlık düzeyleri anlamında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Ankete katılanların medeni durumu ile dindarlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiş ve anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Elde edilen sonuçlara benzer şekilde, Arslan (2006) ve Sadi (2022) tarafından yapılan araştırmalarda, medeni durum değişkeni ve dindarlık düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olmadığı sonuçları elde edilmiştir.

Meslek grupları ile dindarlık düzeyleri arasında ilişki olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmış, analiz sonucunda herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Sadi (2022) yaptığı çalışmada bulgularımızdan farklı sonuçlar elde etmiş ve meslek grupları değişkeni ile dindarlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir.

Gelir düzeylerinin dindarlık düzeyleri ile ilişkisi incelenmiş, elde edilen bulgular sonucunda dindarlık ile gelir düzeyi arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların dindarlık düzeyleri ile yaş arasındaki ilişki incelenmiş, edinilen sonuçlara göre yaş ile dindarlık arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuçlara göre oluncaya kadar olan dönemde dindarlık düzeyi yüksek olarak seyrederken, yaşın artması ile bu düzeyin azaldığı, 45-54 yaş düzeyinde en yüksek seviyeye ulaştığı ve sonraki yaş düzeyinde en düşük düzeye gerilediği tespit edilmiştir. Uysal (1995) araştırmasında yaş değişkeninin yaşa göre değişen ve dindarlık düzeyini etkileyen bir faktör olduğuna dikkat çekmiş ve bulgularımızla benzer sonuçlar elde etmiştir.

Katılımcıların dindarlık düzeylerinin cinsiyetlerinden, medeni durumlarından, yapmış oldukları mesleklerden ve gelir düzeylerinden bağımsız olduğu gözlemlenirken, yaşları ile dindarlık düzeyleri arasında bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. 55 yaş ve üzerindeki katılımcıların dindarlık düzeyleri ortalamaları en düşük çıkarken, 45-54 yaş arasındakilerin ve 18 yaşından küçüklerin dindarlık düzeyleri en yüksek çıkmıştır.

Cinsiyetin, gösteriş tüketimi ile ilişkisine bakıldığında erkek ya da kadın olmanın gösteriş tüketimi eğilimi sergileme konusunda herhangi bir farklılık yaratmadığı görülmektedir. İnce (2018) tarafından hazırlanan çalışmada gösteriş tüketimi eğilimlerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği bulgusu yapılan çalışmanın sonuçlarına benzerlik göstermektedir. Bunun yanı sıra Terzi (2016) yaptığı çalışmada gösteriş tüketimi ile cinsiyet arasında bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır.

Medeni durum dikkate alındığında, bekârların gösteriş tüketimine evlilere göre daha fazla önem verdiği gözlemlenmiştir. Terzi (2016) ve Karaahmetoğlu (2022) yaptıkları çalışmada medeni durum ile ilgili elde ettikleri sonuçlar çalışmamızın sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Gösteriş tüketimi ile gelir düzeyleri arasındaki ilişkiye bakıldığında en yüksek ve en düşük gelire sahip bireylerin, gösteriş tüketimi konusunda diğer gruplara göre daha istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Gelirler düştükçe, diğerleri kişilik veya zevk değil zenginlik göstermeye çalışır. Elde edilen sonuçlar Terzi (2016) ve Karaahmetoğlu'nun (2022) sonuçları ile örtüşmektedir.

Meslek ile gösteriş tüketimi arasındaki ilişki incelendiğinde anlamlı bir ilişki tespit edilmiş, en yüksek gösteriş tüketimi ölçeği ortalaması öğrencilerde iken, en düşük ortalama ise emeklilerde elde edilmiştir.

Yaş değişkeni ile gösteriş tüketimi arasındaki ilişki incelendiğinde yaş düzeyi arttıkça gösteriş tüketimi ölçeği ortalamalarının düştüğü gözlemlenmiştir. Katılımcıların yaş aldıkça gösteriş tüketimine olan ilgileri azalmaktadır. Bu sonuçlar Karaahmetoğlu (2022) ile benzerlik göstermektedir.

Dindarlığın, gösteriş tüketimi üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığı incelendiğinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar bu etkinin zayıf bir etki olduğunu göstermektedir. Bu araştırma tek başına dindarlığın gösterişçi tüketim üzerine etkisini açıklamak için yeterli değildir. Bu nedenle bulguların genelleştirilmemesi gerekmektedir. Ancak katılımcıların dindarlık konusunda kendilerini ne kadar içtenlikle ifade ettikleri de sorgulanması gereken bir durumdur.

Gösteriş tüketimi düzeyleri sonuçları incelendiğinde ise katılımcıların medeni durumları, meslekleri, gelir düzeyleri ve yaşları ile gösterişçi tüketimlerinin ilişkili olduğu, katılımcıların cinsiyetlerinin ise bir farklılık yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Gösteriş tüketimi ile medeni durum arasındaki anlamlı ilişki incelendiğinde bekâr katılımcıların evli katılımcılara göre gösteriş tüketimi eğilimlerinin daha fazla olduğu söylenebilir. Meslek ile gösteriş tüketimi arasındaki ilişki incelendiğinde en yüksek gösteriş tüketimi ölçeği ortalaması öğrencilerde iken, en düşük ortalama ise emeklilerde elde edilmiştir. Gelir ile gösteriş tüketimi düzeyleri arasındaki ilişkiye bakıldığında geliri en yüksek ve en düşük olan katılımcıların ortalamaları en yüksek iken gelir düzeyi orta kabul edilen katılımcıların gösteriş tüketimi ölçeği ortalamaları en düşük olarak ortaya çıkmıştır. Yaş değişkeni göz önüne alındığında yaş düzeyi arttıkça gösteriş tüketimi ölçeği ortalamalarının düştüğü gözlemlenmiştir. Tunus'ta yapılan bir araştırmada ise, dindarlığın lüks tüketimi engellemediğini, lüks markalara yönelim ile dindarlık arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Gelir durumu yüksek olan Müslümanların lüks tüketim yaptığı özellikle kadınlarda bu oranın yüksek olduğu sonucuna varmışlardır (Dekhil vd., 2017). Şili'de yapılan benzer bir çalışmada ise; İçsel dindarların materyalizmi reddedip, lüks tüketim ürünlerini tercih ettikleri, dışsal dindarların ise tam tersi materyalizmi kabul edip lüks tüketim mallarını almakta çekinerek, aldıkları ürünleri göstermek istemedikleri sonucuna ulaşmışlardır. Şili'de dindar Müslümanlar genel olarak Tanrıyı'da Gucciyi'de sever sonucu elde edilmiştir (Arli vd., 2017). Tyler'ın yaptığı araştırma sonuçlarına göre ise, maneviyat arttıkça gösteriş tüketimi azalmıştır (Stillman, 2012).

Çalışmanın kısıtlarından biri olan sadece Burdur'da ikamet eden kişilerden veri toplanmasıdır. Yer, zaman ve maliyet kısıtlamaları göz önüne alındığında, elde edilen sonuçları genellemek mümkün değildir. Daha büyük örneklem hacimlerine ulaşmak gerekmektedir. Ancak Türkçe literatürde bu konu ile ilgili sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle bu alanda

yapılan tüm araştırmaların alana önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. İlerleyen çalışmalarda; kullanılan ölçeklerin zenginleştirilerek dindarlığı ve gösteriş tüketimini etkileyen diğer değişkenlerin ortaya konulmasını sağlayabilecek araştırmalar önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Açıkel, C. H., & Kılıç, S. (2014). Tıbbi araştırmalarda istatistik teknik seçimi. *Journal of Mood Disorders*, 4 (3) , 136-41 . DOI: 10.5455/jmood.20140707045407.
- Arli, D., Gil L. D. A., & Van Esch, P. (2020). The effect of religiosity on luxury goods: The case of Chilean youths. *International Journal of Consumer Studies*, 44(3), 181-190. DOI: 10.1111/ijcs.12559
- Baudillard, J. (2016). *Tüketim toplumu*. (Çev. H Deliceçaylı, Ferda Keskin). Ayrıntı Yayınları.
- Buğra, A. (2000). *Devlet-piyasa karşıtlığının ötesinde ihtiyaçlar ve tüketim üzerine yazılar*. İletişim Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., (2002), Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, (32), 470-483.
- Coştu, Y. (2009). Dine normatif ve popüler yaklaşım. *Hitit ÜİF Dergisi*, 8(15), 79.
- Çınar, R., & Çubukçu, İ. (2010). Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları – Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 277 – 300.
- Dekhil, F., Boulebech, H., & Bouslama, N. (2017). Effect of religiosity on luxury consumer behavior: the case of the Tunisian Muslim. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 74-94. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2012-0051>
- George, D., & Paul, M. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 update.
- Güleç, C, (2015), *Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı*, 1, (38), 62 – 82.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Kitabevi.
- Gürses, İ. (2017). *Dindarlık ve kişilik* (2. bs.). Emin Yayınları.
- Hökelekeli H., (2016), *Din Psikolojisine Giriş*. Dem Yay.
- İçgüden, T., & Köne, A. Ç. (2002). Ortodoks iktisat üzerine notlar. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 3 (1) , 97-108
- Kalaycı, Ş., (2017). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Dinamik Akademi.
- Karabulut, M., (1985). *Tüketici davranışı* (2. Bs.). İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi.
- Kayıklık, H., & Kalgı, M. E. (2017). Dinsel yaşayış ölçeği: geçerlik güvenirlik çalışması. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*.
- Kimter, N., (2013). Ergenlerde benlik saygısı ve öznel dindarlık algısının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17).
- Köroğlu, C. Z. (2012). *Tüketim kültürü ve din*. Gümüşhane Üniversitesi
- Kula, M. N. (2001). *Kimlik ve din*. Ayışığı Kitapları.
- Kurt, A. (2009). Dindarlığı etkileyen faktörler. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 1-26.
- Küçükşen, K. (2012). *Dindarların para ile imtihanı holding tecrübesi*. Çizgi Kitabevi.
- Mayer, A. (2013). *Introduction to statistics and SPSS in psychology*, Paerson.
- Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim kültürü: yetinen toplumdaki tüketen topluma*. Sistem Yayıncılık.
- Orçan, M. (2008). *Osmanlı'dan günümüze modern Türk tüketim kültürü*. Harf Yayınları.

Stillman, F. T., Frank F.D., Kathleen D.V., Lambert, N.M., & Phillips, C. A.(2012). The material and immaterial in conflict: Spirituality reduces conspicuous consumption. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 1-7. DOI: 10.1016/j.joep.2011.08.012

Sungur, E., (2016), *Postmodern tüketim anlayışında dindar yaşam biçimleri* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi.

Şencan, H., & Fidan, Y. (2020). Likert verilerin kullanıldığı keşfedici faktör analizlerinde normallik varsayımı ve faktör çıkarma üzerindeki etkisinin Spss, Factor ve Prelis yazılımlarıyla sınanması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 640-687.

Tezcan, N. (2011). Parametrik olmayan regresyon analizi. *Atatürk Ü. İİBF Dergisi*, 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı.

Türk Dil Kurumu. (2022). *Türkçe sözlük*. TDK.

TÜİK, 2021. İl ve ilçelere göre il/ilçe merkezi, belde/köy nüfusu ve yıllık nüfus artış hızı, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Nufus-ve-Demografi-109>.

Uysal, V. (2006). Türkiye’de dindarlık ve kadın. DEM Yayınları.

Ülken, H. Z. (1998). *Sosyoloji sözlüğü*. Dem Yayınları.

Üstün, B. & Tural, O. (2008). Tüketim alışkanlıklarındaki değişimler ve bu değişimlerin alışveriş mekânlarına etkisinin Eskişehir örneğinde irdelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 259-282.

Veblen, T. (2014). *Aylak sınıfının teorisi* (Çev. E. Günsel). Tutku Yayınevi. (Eserin orijinali 1899’da yayımlandı).

Weber, M. (2008). *Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu*. (çev. Zeynep Gürata) Ayraç Yayınevi.

Yaşar, M. (2006). Tüketim toplumu ve sanat ilişkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.



Mobil Pazarlama: Türkiye'deki Lisansüstü Tezlere İlişkin İçerik Analizi (2007–2022)

Fatih GEÇTİ^{1*}

Geliş Tarihi/Received Date: 01.10.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 13.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Pazarlama faaliyetlerinin mobil olarak icra edilmesi olarak özetlenebilecek mobil pazarlama, son yıllarda işletmelerin olduğu kadar özellikle araştırmacıların da ilgisini çeken konulardan biri haline gelmiştir. Uluslararası literatürde görece uzun zamandır kendine yer bulan mobil pazarlama, Türkiye'de özellikle son on beş yıldır lisansüstü düzeyde akademik olarak çalışılan bir konu olmuştur. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de mobil pazarlama alanında yazılan lisansüstü tezlerinin genel bir profilinin ortaya çıkartılmasıdır. Çalışmanın amacını gerçekleştirmek için çeşitli araştırma soruları sorulmuş ve bu sorulara içerik analizi yöntemiyle yanıtlar aranmıştır. Gerçekleştirilen içerik analizine günümüze kadar mobil pazarlama üzerine yazılan ve Yükseköğretim Kurulunun Tez Tarama sayfasına kayıtlı ve erişime açık bütün tezler dahil edilmiştir. 2007–2022 yılları arasında yazılmış toplam 55 tezin detaylıca incelendiği bu çalışma sonucunda özellikle son beş yılda mobil pazarlama üzerine yapılan tez sayısında belirgin artış olduğu görülmektedir. Mobil pazarlama konusunun sadece pazarlama akademisyenlerince değil farklı bilim dallarından araştırmacılar tarafından da çalışıldığı oraya çıkmıştır. Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerde en çok çalışılan alan ise tüketici davranışları olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mobil Pazarlama, Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri, İçerik Analiz, Türkiye

¹ Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Orcid No: 0000-0001-9753-0662

* Sorumlu yazar/Corresponding author
E-mail/e-ileti: fgecti@yalova.edu.tr

Mobile Marketing: A Content Analysis On Postgraduate and Doctorate Theses In Türkiye (2007-2022)

ABSTRACT

The term Mobile Marketing, which can be summarized as the mobile execution of marketing activities, has become one of the important subjects that attracts the attention of researchers as well as businesses in recent years. Mobile marketing, which has been in the international literature for a relatively long time, has been an academic subject studied at the graduate level especially for the last fifteen years in Türkiye. The aim of this study is to reveal a general profile of postgraduate and doctorate theses on mobile marketing in Türkiye. To achieve this aim, various research questions were developed and then these questions were answered through content analysis. All of the written theses on mobile marketing, which are registered and open to access on the related web page of the Council of Higher Education, were included in the content analysis. A total of 55 written theses between the years of 2007 and 2022 were examined in detail. According to the results, there has been a significant increase in the number of theses on mobile marketing, especially in the last five years. It was revealed that mobile marketing is studied not only by marketing academics but also by researchers from different disciplines. It was also found that the most frequently studied area in these theses has been the field of consumer behavior.

Keywords: Mobile Marketing, Postgraduate and Doctorate Theses, Content Analysis, Türkiye

1. GİRİŞ

Genel olarak mobil devrim olarak karakterize edilen iletişim teknolojilerindeki gelişmeler 1890'lı yıllarda ortaya çıkan kablosuz telgraftan günümüzün popüler multimedya sistemlerine kadar sırasıyla sabit telefon sistemleri, analog mobil sistemler, dijital mobil sistemler olarak evrimini ve gelişimini devam ettirmiştir (Sürücü & Bayram, 2016). Gerçekleşen teknolojik değişimlerden gerek tüketiciler ve gerekse pazarlamacılar da etkilenmektedir. Özellikle kablosuz ağ ve internet teknolojilerinin hayatımızın hemen her alanında kullanılıyor olması tüketicilerin ihtiyaçlarını arzu ettikleri zamanda karşılayabilmelerini kolaylaştırmakta, işletmelerin de ürünlerini ve hizmetlerini herhangi bir saat kısıtlaması olmadan sürekli bir biçimde sunabilmelerine olanak sağlamaktadır (Eru, 2013).

Teknolojik ilerlemeler işletmeleri etkilediği kadar çeşitli sektörlerde de devrimsel nitelikteki değişimlere ve dönüşümlere sebebiyet vermektedir. Bu değişimler pazarlama sektörünü de doğrudan etkilemektedir. Pazarlama sektörünün bu anlamda etkileyen etkilerden birisi ise mobil pazarlama olgusudur.

Mobil teknolojilerdeki yeni gelişmeler sayesinde mobil aygıtlar artık sadece iletişim amaçlı kullanılmamakta içerik erişimi ve paylaşımı, alışveriş, sosyal ağ, bankacılık, oyun gibi farklı alanlarda da kullanılmaktadır (Yıldız, 2020). Mobil pazarlama uygulamaları sayesinde daha etkin iletişim sağlanmasının yanı sıra, tüketici ihtiyaçlarının daha iyi anlaşılabilmesi, tüketicilerin ilgi alanlarının belirlenmesi ve tüketicinin yaşam standartlarıyla uyumlu pazarlama faaliyetlerinin sunulması amaçlanmaktadır (Uysal, 2020).

Kısaca, pazarlama faaliyetlerinin mobil aygıtlar, çeşitli online siteler ve mobil uygulamalar üzerinden yapılması olarak ifade edilen mobil pazarlama kavramı pazarlamacıların özellikle son yıllarda yoğun bir biçimde kullandığı çok kanallı bir pazarlama tekniği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Mobil pazarlama kavramı her ne kadar reel hayatta karşılığı son derece belirgin bir biçimde gözlemlenebilen bir kavram olsa da akademisyenler ve araştırmacılar da bu kavrama ilgi duymakta ve bu alanda çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar. Mobil pazarlama kavramı doğası gereği genellikle pazarlama akademisyenleri tarafından önemsenen bir kavram gibi görünse de aynı zamanda bilişim sistemleri, bilgisayar mühendisliği, endüstri mühendisliği, işletme mühendisliği gibi farklı alanlardaki araştırmacılar tarafından da çalışılan bir olgu olarak addedilmektedir.

İlgili literatür tarandığında mobil pazarlama konusundaki akademik çalışma sayısının gittikçe arttığı görülmektedir. Google Akademik veri tabanına “Mobil Pazarlama” yazılarak arama yapıldığında Eylül 2022 itibariyle yaklaşık 19.500 adet sonuç bulunduğu görülmektedir (Google Akademik, 2022).

Mobil pazarlama konusunda yapılan akademik çalışmalar yalnızca ilgili veri tabanlarındaki makaleler ve tebliğlerden oluşmamaktadır. Bu alanda özellikle son yıllarda gerçekleştirilen lisansüstü çalışmalar da göze çarpmaktadır. Gelişmişlik düzeyleri ne ölçüde olursa olsun bir ülkedeki bilimsel faaliyetlerin önemli bir kısmının üniversiteler eliyle gerçekleştirildiği ifade edilmekte ve üretilen tez çalışmalarının o ülkedeki bilimsel ilerlemeye katkıları sağlayacağı öne sürülmektedir (Bakır, 2014).

Ülkemizde mobil pazarlama üzerine lisansüstü düzeyde araştırmalar yaparak bu kavramın ülkemiz bilimsel yazınına adapte edilmesine yardımcı olan pek çok çalışma

bulunmaktadır. Bu bağlamda bu çalışmayla temel olarak Türkiye’de mobil pazarlama üzerine yazılan lisansüstü tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için çeşitli araştırma soruları sorularak bu sorulara yanıtlar aranmıştır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde mobil pazarlama kavramına ilişkin kavramsal bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde çalışmanın yöntemi anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde ise araştırmayla elde edilen bulgular gösterilmektedir.

2. MOBİL PAZARLAMA

Mobil ve pazarlama kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşan mobil pazarlama kavramı dijital dönüşümün oldukça hızlı bir biçimde ilerlemeye devam ettiği içinde yaşamış olduğumuz teknoloji çağında sadece pazarlama akademisyenlerinin değil aynı zamanda uygulayıcıların da ilgisini çeken önemli bir kavram haline gelmiştir. Mobil pazarlama olgusu hem yaşıtımız içerisinde yer almış hem de önemli bir pazarlama aracı haline gelmiştir (Pir, 2018).

Hareketli, taşınabilir, devinen ve kımıldayan anlamına gelen mobil kelimesi ayrıca serbestçe ya da kolayca hareket edebilir veya hareket ettirilebilir anlamlarında da kullanılmaktadır (Tekin vd., 2021). Mobilitenin (hareketlilik) bir devrim olarak nitelendirildiği ve iletişim şekillerinin de bu gelişmelere paralel olarak bir evrim geçirdiği ifade edilmektedir (Karaca & Gülmez, 2010). Mobil iletişim araçlarının yaygın hale gelmesi ve sunmuş olduğu yenilikçi özellikleri pazarlama alanındaki uygulayıcılara geleneksel tutundurma kanallarıyla sunulması zor görünen çeşitli fırsatlar sunmaktadır (Akbiyık vd., 2009).

Pousttchi ve Wiedemann, (2007) tarafından mobil pazarlama olarak ifade edilen bu kanalın pazarlamanın tutundurma karmasıyla ilişkili olduğu vurgulanmış ve ürünlerin tutundurulması maksadıyla mobil iletişim tekniklerinin kullanarak pazarlama iletişiminin gerçekleştirilmesine genel olarak mobil pazarlama denilmiştir.

Mobil pazarlama kavramına ilişkin gerek akademisyenler tarafından ve gerekse uygulayıcılar tarafından farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Kavram yalnızca tutundurma karmasıyla ilişkili bir kavram olmayıp aynı zamanda pazarlamanın içerisinde yer alan pek çok alanla (ürün, marka, dağıtım, hedef kitle vb.) da ilişkili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Mobil Pazarlama Derneği’nin (Mobile Marketing Association – MMA) tanımına göre mobil pazarlama, örgütlerin herhangi bir mobil cihaz veya ağ aracılığıyla etkileşimli ve ilgili bir biçimde hedef kitleleriyle iletişim ve etkileşim kurmalarını sağlayan bir dizi uygulama olarak ifade edilmektedir (MMA, 2009).

Kablosuz iletişim araçlarını kullanıp tüketicilere malların, hizmetlerin ve fikirlerin tutundurulması amacıyla zaman ve konuma duyarlı olacak şekilde kişiselleştirilmiş bilgilerin sunulduğu ve bu yüzden işletmenin tüm çıkar gruplarının faydalandığı faaliyetler mobil pazarlama olarak açıklanmaktadır (Scharl vd., 2005).

Bir başka tanıma göre mobil pazarlama “tüketicide satın alma isteği yaratma amacıyla, mobil mecra üzerinden ve/veya mobil ürünler kullanılarak yapılan tüm marka faaliyetleri” olarak belirtilmektedir (Karaca & Gülmez, 2010).

Mobil pazarlamaya dair farklı tanımlamalarının olmasının kavramın teknoloji, finans, yönetim, pazarlama, ticaret gibi pek çok bilimsel alan ve disiplinle ilişkilendirilebilmesinden ileri geldiği öne sürülebilir (Varnalı & Toker, 2010).

Pazarlama faaliyetlerini kişiselleştirme, tüketicilere ve işletmelere yer ve zaman faydası sağlaması, her yerde ulaşılabilir olması, konum tespiti imkanı sağlaması, hedef kitleye yönelik olması, hızlı işlem ve kampanya etkinliğinin ölçülmesi gibi çeşitli imkanlar sunması mobil pazarlamayı önemli kılan özellikler olarak ifade edilmektedir (Akbiyık vd., 2009; Karagöz & Çağlar, 2011).

Mobil pazarlama çeşitli mobil/kablosuz aygıtlar kullanılarak yapılmaktadır. Mobil pazarlamada kullanılan bu aygıtlardan bazılarının cep telefonları, akıllı telefonlar, Kişisel Dijital Asistan (PDA), notebook ve kişisel bilgisayarlar olduğu ifade edilmektedir (Bozyiğit vd., 2011). Bu aygıtların yanı sıra mobil pazarlamada aracı olarak kullanılan çeşitli teknolojiler bulunmaktadır. Bu teknolojiler arasında SMS / MMS (Kısa Mesaj Servisi / Çoklu Mesaj Servisi), e-posta, tarayıcı kullanılarak erişilen web sayfaları, fotoğraf, video ve müzik gibi dosyalar ve çeşitli sosyal medya platformları bulunmaktadır (Pir, 2018).

3. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

3.1. Çalışmanın Amacı

Türkiye’de pazarlama üzerine yazılmış lisansüstü tezlerin incelendiği çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar Yükseköğretim Kurulunun Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan tezleri genellikle içerik analizi kullanarak incelemektedirler.

Arı ve diğerleri (2009), yönetim ve pazarlama alanında nicel yöntemler kullanılarak yazılmış olan tezleri inceledikleri çalışmalarını sonucunda en çok kullanılan veri toplama yönteminin anket olduğunu ortaya koymuşlardır. Bozyiğit ve Yaşa (2012), 2000 yılından sonra pazarlama alanında yazılmış tezleri inceledikleri çalışmalarında tüketici davranışları konusunun en çok çalışılan alan olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bakır (2014), pazarlama alanında

gerçekleştirilen doktora tezlerini incelediği çalışmasında anketle veri toplama yönteminin daha baskın olduğunu ortaya koymuştur. İnce ve diğerleri (2017), turizm pazarlaması üzerine yazılan tezleri inceledikleri çalışmalarında nicel araştırma yöntemlerinin daha çok tercih edildiği sonucuna ulaşmışlardır. Gülmez ve diğerleri (2019), pazarlama alanındaki doktora tezlerini inceledikleri araştırmaları sonucunda dijital pazarlamanın en fazla çalışan konuların başında geldiğini ortaya koymuşlardır.

Pir (2018), mobil pazarlama üzerine yazılan tezleri incelemiştir. 2007–2017 yılları arasında yazılmış toplam 27 adet tezin araştırma kapsamına girdiği çalışması sonucunda kavramın anlaşılabilirliğini arttırabilmek için farklı konularla ilişkilendirilebilecek yeni araştırmaların yapılmasının gerekliliği önerilmiştir.

İlgili literatür ve yukarıdaki bilgiler dikkate alınarak bu çalışmada Türkiye’de mobil pazarlama üzerine gerçekleştirilen bütün lisansüstü tezlerinin (2007–2022 yılları arası) incelenip bu tezlere yönelik genel bir profilin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıtlar aranmaktadır:

1. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin yıllar itibariyle dağılımı nasıldır?
2. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bilim dalları itibariyle dağılımları nasıldır?
3. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin yazım dilleri açısından dağılımları nasıldır?
4. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin yapıldığı enstitülere göre dağılımları nasıldır?
5. Mobil pazarlama üzerine yüksek lisans ve doktora tezleri yazılan üniversitelerin dağılımları nasıldır?
6. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin araştırma yöntemlerine göre dağılımları nasıldır?
7. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans tezlerinin amaçları ve sonuçları nelerdir?
8. Mobil pazarlama üzerine yazılan doktora tezlerinin amaçları ve sonuçları nelerdir?
9. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinde hangi konular daha ön plana çıkmaktadır?

3.2. Anakütüle ve Örneklem

Bu araştırmanın anakütlesini Yüksek Öğretim Kurumu'nun Ulusal Tez Merkezi web sitesinde (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>) kayıtlı olan ve Mobil pazarlama üzerine yürütülen bütün tezler oluşturmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın kapsamına mobil pazarlama üzerine yazılan ilk tez çalışmasından günümüze kadar (2007–2022 yılları arası) olan bütün lisansüstü tezler girmektedir.

Eylül 2022 döneminde ilgili web sitesine girilerek Tarama Terimini Giriniz kısmına “mobil pazarlama” yazılmış ve Aranacak Alan olarak “tümü” seçilmiştir. Bu konu üzerine yazılan toplam 56 tezin sadece bir tanesinin erişim izni kapalı olduğu için 55 tane tez analize dahil edilmiştir.

3.3. Araştırmada Kullanılan Yöntem

Son yıllarda özellikle sosyal bilimler alanında çalışan pek çok araştırmacı tarafından kullanılan ve nitel bir araştırma yöntemi olarak kabul edilen içerik analizi yöntemi lisansüstü tezlerin incelenmesine yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalarda da kullanılmaktadır. İçerik analizinde dökümanlar, mülakat dökümleri ya da kayıtlar incelenmekte ve bu sayede çeşitli kıyaslamalar yapılabilmektedir (Altunışık vd., 2012).

Bu çalışmada da içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. Mobil pazarlama üzerine yazılan ve araştırma kapsamına alınan tezler öncelikle yüksek lisans ve doktora tezleri olarak ikiye ayrılmıştır. Bu tezlerin 49 tanesini yüksek lisans, 6 tanesini ise doktora tezleri oluşturmaktadır. Erişime açık olan bu tezler yayın yılları, bilim dalları, kullanılan analiz yöntemleri, tercih edilen yazım dilleri, gerçekleştirildikleri enstitüler, amaçlar ve sonuçlar gibi farklı bağlamlar dikkate alınarak incelenmiştir. Yapılan içerik analizi sonucunda frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır.

3.4. Araştırmanın Kısıtları

Ulusal tez tarama sayfasına yazılan mobil pazarlama kelimesi sonucunda ortaya çıkan tezler incelendiği için mobil pazarlama ismi içeriğinde olmayıp yine bu kavramla ilişkili tezlerin olabilme ihtimali bir kısıt olarak değerlendirilebilir. Konuyla ilgili olarak yazılan ancak erişim izni olmayan tek tezin incelenememesi de bir kısıt oluşturabilir. Bunu yanı sıra 2022 yılı henüz bitmediği için henüz Ulusal Tez Merkezi sistemine yüklenememiş tezlerin mevcut olması ihtimali de bir kısıt olarak belirtilebilir.

4. BULGULAR

Mobil pazarlama konusu üzerine gerçekleştirilen lisansüstü tezlerin yıllar itibariyle dağılımı Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Yıllara göre tez dağılımları

YILLAR	YL TEZLERİ		DR TEZLERİ		TÜM TEZLER	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
2007	2	4,08	-	-	2	3,63
2008	1	2,04	-	-	1	1,81
2009	1	2,04	-	-	1	1,81
2010	2	4,08	1	16,66	3	5,45
2011	-	-	1	16,66	1	1,81
2012	1	2,04	-	-	1	1,81
2013	2	4,08	1	16,66	3	5,45
2014	3	6,12	-	-	3	5,45
2015	5	10,20	-	-	5	9,09
2016	3	6,12	2	33,33	5	9,09
2017	7	14,28	1	16,66	8	14,54
2018	3	6,12	-	-	3	5,45
2019	11	22,44	-	-	11	20
2020	4	8,16	-	-	4	7,27
2021	2	4,08	-	-	2	3,63
2022	2	4,08	-	-	2	3,63
Toplam	49	100	6	100	55	100

Tablo 1 bu konu üzerine ilk tez çalışmalarının 2007 yılında yapıldığını göstermektedir. Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin yüzde 89’unu (49/55) yüksek lisans tezleri oluşturmaktadır. Bu konu üzerine 2019 yılında 11 tez bitirilmiştir.

Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin yapıldığı enstitülere göre dağılımları Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Yapıldığı enstitüye göre tez dağılımları

Enstitü	YL TEZLERİ		DR TEZLERİ	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Sosyal Bilimler Enstitüsü (SBE)	43	87,75	6	100
Fen Bilimleri Enstitüsü (FBE)	4	8,17	-	-
İşletme Enstitüsü (İE)	1	2,04	-	-
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü (LEE)	1	2,04	-	-
Toplam	49	100	6	100

Mobil pazarlama üzerine yazılan 49 adet lisansüstü tezinin 43 tanesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (SBE) bünyesinde gerçekleştirilmiştir. Bu konu üzerine gerçekleştirilen doktora tezlerinin tümü SBE bünyesinde yürütülmüştür.

Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans tezlerinin bilim dallarına göre sınıflandırılması Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Bilim dallarına göre yüksek lisans tez dağılımları

Bilim Dalı	Frekans	Yüzde (%)
İşletme	16	32,65
Pazarlama	10	20,40
Üretim Yönetimi ve Pazarlama	8	16,32
İşletme Mühendisliği	3	6,12
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2	4,08
İşletme Yönetimi	2	4,08
Uluslararası İşletmecilik	2	4,08
Uluslararası Ticaret ve Pazarlama	1	2,04
Turizm İşletmeciliği	1	2,04
İletişim Sanatları	1	2,04
Endüstri Mühendisliği	1	2,04
Bilgisayar Mühendisliği	1	2,04
Yönetim Bilişim Sistemleri	1	2,04
Toplam	49	100

Tabloda görüldüğü gibi mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin çoğunluğu (yüzde 44,73) İşletme bilim dalında yazılan tezlerden oluşmaktadır. Bunu yine işletmecilikle yakından ilişkili alanlar olan Üretim Yönetimi ve Pazarlama (yüzde 13,15), Halkla İlişkiler ve Tanıtım (yüzde 10,52) ve Pazarlama (yüzde 5,26) bilim dalları izlemektedir.

Mobil pazarlama üzerine yazılan doktora tezlerinin bilim dallarına göre sınıflandırılması ise Tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 4. Bilim dallarına göre doktora tez dağılımları

Bilim Dalı	Frekans	Yüzde (%)
İşletme	2	33,33
Pazarlama	2	33,33
Üretim Yönetimi ve Pazarlama	1	16,66
İşletme Yönetimi	1	16,66
Toplam	6	100

Tablo 4 bu konu üzerinde yazılan doktora tezlerinin hepsinin işletmecilikle ilgili alanlardan olduğunu göstermektedir.

Mobil pazarlama üzerine yazılan lisansüstü tezlerinin kullanılan dillere göre dağılımları Tablo 5’te görüldüğü gibidir.

Tablo 5. Kullanılan dile göre tez dağılımları

DİL	YL TEZİ		DR TEZİ	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Türkçe	41	83,67	4	66,66
İngilizce	8	16,33	2	33,34
Toplam	49	100	6	100

Tablo 5 incelendiğinde mobil pazarlamayla ilgili olarak yazılan doktora tezlerinin tamamı Türkçe dilinde yazılmıştır. Türkçe aynı zamanda yüksek lisans tezlerinde de en çok (yüzde 83,67) tercih edilen yazım dili olmuştur.

Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin araştırma yöntemlerine göre dağılımları Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 6. Araştırma yöntemine göre tez dağılımları

YÖNTEM	YL TEZİ		DR TEZİ	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Nicel	41	83,67	4	66,66
Nitel	7	14,28	-	-
Karma (Nicel ve Nitel)	1	2,04	2	33,34
Toplam	49	100	6	100

Tablo 6 incelendiğinde yüksek lisans tezlerinde büyük çoğunlukla (yüzde 83,67) nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel yöntemleri kullananların oranı (yüzde 14,28) olarak hesaplanmıştır. Doktora tezlerinde ise genellikle nicel yöntemlerin (yüzde 66,66) tercih edildiği görülmektedir.

Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin üniversitelere göre dağılımları Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7. Üniversitelere göre tez dağılımları

Üniversite Adı	Frekans	Yüzde (%)
Adnan Menderes Üniversitesi	3	5,45
Anadolu Üniversitesi	1	1,81
Ankara Üniversitesi	1	1,81
Bahçeşehir Üniversitesi	5	9,09
Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi	1	1,81
Başkent Üniversitesi	1	1,81
Beykent Üniversitesi	1	1,81
Boğaziçi Üniversitesi	2	3,63
Bozok Üniversitesi	1	1,81
Dokuz Eylül Üniversitesi	1	1,81
Gazi Üniversitesi	1	1,81
Gaziantep Üniversitesi	1	1,81
Haliç Üniversitesi	1	1,81
Harran Üniversitesi	1	1,81
İstanbul Üniversitesi	2	3,63
İstanbul Aydın Üniversitesi	2	3,63
İstanbul Gelişim Üniversitesi	2	3,63
İstanbul Kültür Üniversitesi	1	1,81
İstanbul Teknik Üniversitesi	2	3,63
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	1	1,81
Kadir Has Üniversitesi	1	1,81
Karabük Üniversitesi	2	3,63
Kocaeli Üniversitesi	1	1,81
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	1	1,81
Maltepe Üniversitesi	1	1,81
Marmara Üniversitesi	4	7,27
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	2	3,63
Necmettin Erbakan Üniversitesi	1	1,81
Nişantaşı Üniversitesi	1	1,81
Okan Üniversitesi	3	5,45
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	1	1,81
Sakarya Üniversitesi	2	3,63
Selçuk Üniversitesi	2	3,63
Uludağ Üniversitesi	1	1,81
Toplam	55	100

Tablo 7 incelendiğinde mobil pazarlama üzerine en fazla tez çıkartan üniversiteler Bahçeşehir Üniversitesi (5 tez), Marmara Üniversitesi (4 tez), Adnan Menderes Üniversitesi (3 tez) ve Okan Üniversitesi'dir (3 tez).

Mobil pazarlama üzerine yazılan 49 yüksek lisans tezine ilişkin olarak yürütülen incelemeler sonucunda bu tezlerin amaçları ve ulaşılan sonuçlar Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8. Mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans tezlerinin amaç ve sonuçları

Yazar, Yıl	Amaç	Sonuç
Alkaya, 2007	Üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamaya yönelik tutumlarının incelenmesi	Mobil kanallar yoluyla gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin üniversite öğrencilerinin tutumları üzerinde çeşitli bağlamlar açısından (etik, kullanım sıklığı, memnuniyet vb) farklı düzeylerde etkileri ortaya çıkmıştır.
Aksu, 2007	Mobil pazarlama ve piyasa etkinliğinin bir kampanya üzerinden incelenmesi	Araştırmada ele alınan kampanya sonucunda mobil pazarlamanın genç hedef kitlelere ulaşma konusunda çok etkili bir yöntem olduğu ortaya çıkmıştır.
Eren, 2008	Tüketicilerinin mobil reklam ve pazarlama konusunda algıladığı değer ve bu değer üzerinde mesaj içeriği, mesaj alma sıklığı, özel hayata karşı tutum ve promosyona olan eğilimin etkisinin incelenmesi	Araştırma sonucunda mesajın içerik özellikleri, mesajın kişiselleştirilmiş olması ve tüketicinin promosyona eğilimli olmasının algılanan reklam değeri üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır.
Şenyuva, 2009	Reklamlı kısa mesaj modeli konusundaki iyileştirme fırsatlarının araştırılması	Web uygulamalarının sunduğu imkânlar dahilinde çeşitli gelişim fırsatları ortaya çıkmaktadır. Son kullanıcıların demografik bilgileri toplanıp reklam kampanyası oluşturulurken hedef kitle belirlemede kullanılabilmesi sağlanmıştır.
Akın, 2010	Yenilikçi mobil pazarlama uygulamalarını sunarak, güncel uygulamalara yönelik kullanıcı tutumunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu tür pazarlama uygulamalarının kullanıcılar tarafından ne ölçüde kabul edileceğinin tespit edilmesi	Kullanıcıların mobil reklamlara yönelik olumlu tutumları bulunmaktadır. Mobil arama en popüler uygulama olmuştur. Mobil aramadan sonra konum tabanlı hizmetler çok revaçtadır. Kullanıcılar izin vermedikleri reklamları görmek istememektelerdir. Ayrıca reklama yönelik tutum ve mobil pazarlamaya yönelik tutum arasında olumlu bir ilişki bulunmaktadır.
Güzeler, 2010	SMS ile yapılan reklam ve kampanyaların tüketici davranışları üzerindeki etkisinin araştırılması	Firmaların mobil pazarlama faaliyetlerinde müşterilerin profil bilgilerini çok fazla dikkate almadıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan tüketicilerin çoğunluğu mobil mesajları okumaları karşılığında kendilerine hediye ya da para verilirse mobil pazarlamayı rahatsız edici bir pazarlama türü olarak görmeyeceklerini belirtmişlerdir.
Kurnaz, 2012	İzinli uygulamalar üzerinde etkili boyutların belirlenerek izinli uygulamaların tüketici tutumları üzerindeki etkilerinin ölçülmesi	Bilgi sağlama, algılanan eğlence, güven, algılanan yarar ve rahatsız edicilik boyutları izinli uygulamalara etki eden boyutlar olarak belirlenmiştir. Algılanan eğlence ve algılanan yarar boyutlarının izinli uygulamalar üzerinde pozitif etkileri ortaya çıkmıştır.
Koçak, 2013	Mobil uygulamalar dikkate alınarak üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamaya ilişkin tutumlarının araştırılması	Araştırma sonucunda mobil pazarlamaya yönelik tutumlar olarak Reklama Karşı Tutum, Algılanan Fayda'nın Eğlence alt boyutu, Sosyal Norm, Davranışsal Niyet ve Algılanan Kullanım Kolaylığı faktörleri ortaya çıkmıştır.
Demir, 2013	Tüketicilerin mobil pazarlama servis adaptasyonunu etkileyen faktörlerin incelenmesi	Birleştirilmiş teknoloji kabulü ve kullanımı teorisine ait kolaylaştırıcı koşullar, algılanan değer/fayda ve sosyal etki faktörlerinin mobil pazarlama adaptasyonu üzerinde etkileri ortaya çıkmıştır.
Gider, 2014	Üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamaya yönelik algılarının incelenmesi	Araştırma sonucunda ilgili öğrencilerin mobil reklamlara yönelik olumlu algılarının olduğu ve mobil reklamların satın alma davranışlarını etkilediği ortaya çıkmıştır.
İnce, 2014	Mobil pazarlama uygulamalarının markaya etkilerinin Çift Geyik Karaca isimli marka üzerinden nitel bir araştırmayla incelenmesi	Araştırma sonucunda Çift Geyik Karaca isimli markanın, marka kimliği, marka imajı, marka sadakati, marka değeri, marka farkındalığı kavramlarını mobil pazarlama uygulamaları çeşitli şekillerde bütünleştirilebildiği ortaya konulmuştur.
Durlanık, 2014	Mobil pazarlamanın inşaat sektörü açısından değerlendirilmesi	Sektörün endüstriyel bölümünde mobil pazarlama uygulamaları çok yaygın değildir. Markalama çalışmaları dikkate alındığında mobil pazarlamanın inşaat sektöründe değer yaratabileceği ortaya konulmuştur.

Geçti, F.

Doğan, 2015	Mobil pazarlama uygulamalarını kullananların uygulama içi mobil gösterim reklamlarına yönelik tutumlarının incelenmesi	Araştırma sonucunda kullanıcıların demografik özelliklerine ve akıllı telefon kullanımına göre uygulama içi mobil gösterim reklamlarına yönelik tutumları arasında çeşitli farklılıklar ortaya çıkmıştır.
Atalar, 2015	Mobil pazarlama uygulamalarının online satışlara etkilerinin analiz edilmesi	Mobil reklamlar online satışları olumlu yönde arttırmaktadır. Mobil mecradan e-ticaret sitesine doğru bir yönelme görülmektedir.
Hacıhasanoğlu, 2015	Bankacılık sektöründe mobil pazarlama faaliyetlerinin tüketicilerin satın alma davranışlarına olan etkisinin incelenmesi	Araştırma sonucunda tüketicilerin satın alma kararlarında mobil reklamlardan etkilenmedikleri ve mobil reklamlara bakış açılarının olumsuz olduğu ortaya çıkmıştır.
Çapraz, 2015	Mobil pazarlamanın marka algısı üzerindeki etkisinin ölçülmesi	Tüketiciler kendilerine gelen mobil mesajları faydalı olarak görüyorlarsa o mesajların kendilerine tekrar gönderilmesine izin vermektedir. Araştırmaya katılanların demografik özelliklerinin hem mobil pazarlama hem de marka algısı üzerinde anlamlı etkileri ortaya çıkmıştır.
Çınar, 2015	SMS'lere yönelik içerik yönetimi, seçilmiş hedef müşteri gruplarına yönelik iletişim ve müşterilerin lokasyon bilgilerinin kullanımı bazında mobil SMS pazarlamanın başarı faktörlerini araştırılması	SMS içindeki bilgi seviyesi başta olmak üzere müşteri algısını etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. SMS'lerin ilgili hedef müşteri gruplarına iletilmesinin mobil pazarlama kampanyalarının başarısına etkileri söz konusudur. Ayrıca mobil pazarlama SMS'lerinin ilgili müşterilerin ürünün satın alınabileceği lokasyonda bulunduğu esnada gönderilmesinin başarıyı artırıcı etkileri ortaya çıkmıştır.
Topbaş, 2016	Mobil pazarlama stratejilerinin tüketicilerin satın alma niyeti ve güveni üzerindeki rolünün ve izinli pazarlamanın bu değişkenler üzerindeki etkisinin incelenmesi	Satın alma niyeti ve güven arasında olumlu ve güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Kullanıcı profillerinin satın alma niyeti ve güven üzerinde de anlamlı etkileri bulunmuştur. Mobil pazarlamanın içeriğinde inandırıcılık ve interaktiflik en açıklayıcı faktörler olarak tespit edilmiştir.
Yılmaz, 2016	Mobil pazarlama uygulamalarının pazarlama etiği bakımından incelenmesi	Araştırma sonucuna göre pazarlama profesyonelleri mobil pazarlama faaliyetlerini pazarlama etiğine uygun bulmalarına rağmen tüketiciler bu durumun tam tersini düşünmektedirler.
Kuş, 2016	İstanbul'da yaşayan ve Y kuşağından olan tüketicilerin mobil pazarlamaya bakış açılarının değerlendirilmesi	İlgili tüketicilerin SMS/MMS, elektronik posta ve mobil uygulama bildirimlerine yönelik bakış açıları birbirinden farklılık göstermektedir
Gülerhocaoglu, 2017	Mobil pazarlama uygulamalarına karşı tüketici tutumlarına etki eden faktörlerin ve bu faktörlerin tüketici tutumları üzerindeki etkisinin araştırılması	Bilgilendirme, algılanan kişiselleştirme, algılanan fayda ve yenilikçilik tüketici tutumlarını olumlu olarak etkilemiştir. Rahatsızlık verme ise negatif olarak etkilemiştir. Bilgilendirme değişkeninin tüketici tutumlarını olumlu olarak etkilediği ortaya çıkmıştır.
Avcı, 2017	QR kod uygulamalarının kullanılması temelinde algılanan eğlencenin; algılanan kullanılabilirlik, tutum ve davranışsal niyet üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi	Algılanan eğlence algılanan kullanılabilirliği olumlu yönde etkilemektedir. Ancak algılanan kullanılabilirliğin davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.
Çavuş, 2017	Turkcell müşterilerinin telefonlarına gelen ürün tanıtım mesajlarının kendilerinde bıraktığı ifadeler değerlendirilmesi	Araştırmaya katılanlar sıkıcı mesajların gelmesini genellikle inandırıcılıktan uzak olarak değerlendirmiştir. Ayrıca gelen mesajlara eğlendirici gözüyle bakılmakta ama fazla gelen mesajların tanıtımı yapılan ürünün tüketicilerce satın alınmaya zorlandığı ortaya çıkmıştır.
Fariz, 2017	Mobil pazarlama uygulamalarının tüketici davranışlarına olan etkilerinin incelenmesi	Mobil pazarlama ve tüketici davranışları arasında olumlu yönde ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır.
Aksoy, 2017	Tüketicilerin mobil pazarlama stratejilerine ilişkin karar verme sürecindeki tutumlarının incelenmesi	Araştırmanın sonuçlarına göre demografik özelliklerin tüketicilerin beklentileri üzerinde oldukça etkili olup mobil pazarlama stratejileri de tüketici yaklaşım ve alışkanlıklarıyla ilişkilidir.

Kızgın, 2017	Y Kuşağı'nın mobil pazarlama uygulamalarının kullanım düzeylerinin belirlenerek yaş aralıkları arasındaki farklılıkların ortaya konulması	32-36 yaş aralığındaki tüketicilerin e-posta kullanmak, internet bankacılığını kullanmak ve iş amaçlı uygulamaları kullanmak konusunda diğer yaş gruplarından daha iyi durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Y Kuşağı mobil pazarlamayı etkin olarak kullanmakta ve mobil cihazları aracılığıyla internete bağlanmaktadır.
Secerbegovic, 2017	Mobil pazarlama hizmetlerinin müşterilerin mobil pazarlama kabulüne etkisinin Bosna Hersek'te araştırılması	SMS, mobil uygulamalar ve sosyal medyanın ilgili tüketiciler tarafından çeşitli yoğunluklarda kabul edilip kullanılmaktadır.
Shehada, 2018	İzinli pazarlama uygulamalarının tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki rolünün incelenmesi	Tüketicilerin kendilerine ulaşan mobil pazarlama mesajlarından faydalandıklarını düşündükleri zaman mesaj almalarına izin vermektedirler. Bu durum da satın alma davranışı üzerinde olumlu yönde etkiler ortaya çıkartmaktadır.
Bakır, 2018	Mobil pazarlama faaliyetlerinin e-memnuniyet ve e-sadakat üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Araştırma sonucuna göre iki farklı markanın e-memnuniyet oluşumunda etkili olan unsurları birbirinden farklıdır. Ayrıca e-memnuniyet e-sadakati olumlu olarak etkilemektedir.
Gülden, 2018	Mobil pazarlama kavramının tüketicilerin satın alma davranışına etkilerinin incelenmesi	Sosyal medya ürünüle ilgili bilgi toplamak için çok etkili bir mecraadır. Tüketiciler satıcıların mobil pazarlama üzerinden kendileriyle doğrudan temas kurmalarından memnundurlar. Erkekler kadınlara nazaran mobil pazarlama mecralarında yer alan bilgilere daha fazla önem vermektedirler.
Dur, 2019	Bankacılık sektöründe mobil pazarlama kampanyalarına ilişkin hedef kitle analizinin yapılması	Araştırma sonucunda özellik seçiminin veri boyutunun azaltılması ve etkili özelliklerin tespitinde fayda sağladığı ortaya çıkmıştır.
Alpay, 2019	Devlet okullarındaki 12. sınıf öğrencilerinin mobil pazarlama açısından satın alma davranışlarının incelenmesi	İlgili kitlenin çoğunluğunun cep telefonuna sahip olduğu, gelen mobil pazarlama mesajlarına ilgili oldukları, özellikle ilgi çekici reklamlara daha çok dikkat ettikleri, farklı türdeki mobil pazarlama uygulamalarını kullandıkları ortaya çıkmıştır.
Özmüş, 2019	İşletme direktörleri aracılığıyla yeni nesil mobil pazarlama teknolojilerinin tüketici davranışları üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Yeni nesil mobil pazarlama teknolojilerinin çeşitli demografik değişkenler açısından tüketici davranışları üzerinde anlamlı etkileri ortaya çıkmıştır
Eşiyok, 2019	Kütahya'nın Tavşanlı ilçesindeki Aile Sağlığı Merkezlerindeki doktorların mobil sağlık hizmetlerine ilişkin bakış açılarının incelenmesi	Yapılan nitel analizler sonucunda doktorların mobil sağlık uygulamalarına hastalarla iletişim kurulması ve devam ettirilmesi konusunda önem verdikleri ortaya çıkmıştır.
Azimi, 2019	Afgan ve Türk tüketicilerin mobil pazarlama uygulamalarını kullanma niyetlerini ve tutumlarını etkileyen faktörlerin Teknoloji Kabul Modeli kullanılarak incelenmesi	Afgan ve Türk tüketicileri arasında teknoloji hazır olma indeksi ve mobil pazarlama teknolojilerini kullanmaya yönelik tutum ve niyetler arasında farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır.
Duran, 2019	Gaziantep'teki firmaların teknoloji algısının ve organizasyon desteğinin mobil pazarlamanın benimsenmesi ve firma ve pazar performansına ne olcude etki ettiğinin incelenmesi	Göreceli avantaj, karmaşıklık, maliyet gibi teknoloji algıları ile üst yönetim desteği, finansal kaynak, çalışan yeteneği gibi organizasyon desteğinin firma ve pazar performansına cesitli ölçülerde etkileri ortaya çıkmıştır
Kurtaran, 2019	Konum temelli mobil pazarlama uygulamalarının tüketici davranışlarına olan etkisinin incelenmesi	Konum temelli pazarlamaya olan ilgili demografik özelliklere göre değişmediği ortaya çıkmıştır. Teknoloji düşkünlüğü konusunda ise gelirin, yaşın ve cinsiyetin ilişkili olduğu belirlenmiştir.
Güven, 2019	Turizm sektöründe mobil pazarlama uygulamalarının müşteri memnuniyetine etkilerinin incelenmesi	Beş yıldızlı otellerin müşterilerine yönelik olarak yapılan araştırma sonucunda mobil pazarlama uygulamalarının müşteri memnuniyetini oluşturmada oldukça önemli olduğu ancak müşterilerin genel olarak mobil pazarlama uygulamalarından beklemedikleri kaliteyi bulamadıkları ortaya çıkmıştır.

Kılıç, 2019	Mobil pazarlama uygulamalarının destinasyon seçimine etkilerinin Marmaris özelinde araştırılması	Araştırma sonucunda online tüketici satın alma davranışı ve destinasyon seçiminin demografik özellikler bakımından farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca web sitesine ilişkin özellikler, fiyat ve ödeme değişkenlerinin Marmaris destinasyonunun tercih edilmesi üzerine etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.
Kurtagic, 2019	Balkan ülkelerindeki üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamayı benimsemelerinde etkili olan faktörlerin incelenmesi	Araştırmaya göre mobil pazarlanmanın benimsetilmesinde etkili olan faktörler algılanan kullanım kolaylığı, bilginin yararlılığı, kişisel eklentiler, gizlilik kaygıları, yenilikçilik, bilgi sağlama, içeriğe erişme faktörleridir.
Güleç, 2019	Pazarlama uygulamaları dikkate alınarak algılanan fayda, sosyal etki, algılanan keyif ve algılanan kullanım kolaylığı değişkenlerinin tüketicilerin mobil oyun uygulamalarına yönelik tutumları ve oyun oynama niyetleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi	Araştırma sonucuna göre algılanan fayda, sosyal etki ve algılanan keyif değişkenlerinin tüketicilerin mobil oyun uygulamalarına yönelik tutumlarını ve oyun oynama niyetlerini olumlu olarak etkilemektedir.
Başeken, 2019	Mobil pazarlama uygulama özelliklerinin tüketici tutumlarına yönelik etkilerinin analiz edilmesi	Tüketiciler üzerinde olumlu etkiler oluşturan değişkenler bilgi sağlama, hedonik algı, fayda, güven, kullanım kolaylığı algıları olurken mobil pazarlama içeriklerinin rahatsızlık verme algısı ise olumsuz etkiler ortaya çıkartmıştır.
Eldem, 2020	Mobil pazarlama stratejilerinin tüketici davranışlarına etkisi açısından mobil uygulamaların incelenmesi	Tüketici tatmini arttığında tüketicilerin mobil alışveriş uygulamalarından algılandıkları faydanın da arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu fayda arttıkça tüketicilerin mobil alışveriş uygulamalarını benimsemeye yönelik davranışsal niyetleri de artmaktadır.
Yesiloz, 2020	Yerli turistlerin mobil pazarlama uygulamalarına yönelik satın alma niyetlerindeki değişim düzeyleri ele alınarak müşterilerin mobil pazarlama uygulamalarına olan yaklaşımlarının incelenmesi	Cep telefonu kullanım sıklığını satın alma niyetini üzerinde etkilidir. Mobil pazarlama uygulamalarının, satın alma niyeti alt boyutlarından güven, bilgilendirme ve yarar boyutlarıyla olumlu yönde ilişkileri bulunmuştur.
Uysal, 2020	Mobil pazarlama uygulamalarına yönelik tüketici tutumlarını etkileyen değişkenlerin belirlenerek bu değişkenlerin tüketici tutumları üzerinde ne ölçüde açıklayıcı olduklarını açıklamak	Bilgilendirme, yenilikçilik, algılanan fayda ve algılanan kişiselleştirme değişkenleri tüketicilerin mobil pazarlama uygulamalarına yönelik tutumlarını olumlu yönde etkilerken, rahatsızlık verme değişkeni olumsuz yönde etkilemiştir.
Yıldız, 2020	Konaklama hizmeti alınmasına ilişkin mobil pazarlamanın kabul edilmesini etkileyen faktörlerin ve mobil pazarlama kabulünün algılanan değer ile kullanım niyetine etkisinin incelenmesi	Bilgi sağlama faktörü tüketicilerin mobil pazarlama kabulünü en çok etkileyen faktör olarak bulunmuştur. Mobil pazarlama kabulünü etkileyen diğer faktörler güven, algılanan yarar, bağlanma ve algılanan kullanım kolaylığı faktörleridir. Ayrıca yenilikçilik ve kullanım amacının ilişkiler arasında düzenleyici etkisi olduğu da ortaya çıkmıştır.
Ercan, 2021	Covid-19 döneminde mobil bankacılığın bireylerin satın alma davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesi	Araştırma sonucunda tüketicilerin mobil pazarlama uygulamalarına ilişkin algılarında kararsız ancak mobil bankacılık uygulamalarını kullanma konusunda ise kararlı oldukları ortaya çıkmıştır.
Baydemir, 2021	Mobil pazarlama araçlarının tüketici davranışları üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi	Araştırma sonucuna göre ödül ve teşvik, SMS'lerde fayda, ilgi ve bağlılık, uygulama bildirimlerinde izin, uygulama bildirimlerinde fayda ve güncel mobil uygulamaları faktörleri satın alma davranışları üzerinde olumlu yönde etkilidir.
Alhaj, 2022	Mobil pazarlama ekseninde sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin satın alma niyetleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi	Araştırma sonucunda sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin satın alma niyetini etkilediği ortaya çıkmıştır. Ancak demografik özellikler bakımından sosyal medya pazarlama aktiviteleri ve satın alma niyeti düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir.

Tablo 8 incelendiğinde mobil pazarlama üzerine yazılmış yüksek lisans tezlerinde en çok yoğunlaşılan alan tüketici davranışları alanıdır. Tüketici davranışı alanı içerisinde ön plana çıkan araştırma alanları ise tutumlar (mobil pazarlamaya yönelik tüketici tutumları), satın alma niyeti (mobil pazarlama kullanma niyeti vb), algılama (mobil pazarlamaya, uygulamalarına ve reklamlarına ilişkin tüketici algıları vb) konularıdır. Tüketici davranışları alanı dışında mobil uygulamalar, kısa mesaj servisi modelleri, mobil pazarlamanın kabulü gibi konularında da belirgin sayıda yüksek lisans tezi yazılmıştır.

Mobil pazarlama üzerine yazılan 6 doktora tezine ilişkin olarak yürütülen yapılan kapsamlı inceleme sonucunda bu tezlerin amaçları ve ulaşılan sonuçlar Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9. Mobil pazarlama üzerine yazılan doktora tezlerinin amaç ve sonuçları

Yazar, Yıl	Amaç	Sonuç
Varnalı, 2010	Tüketici pazarlarında itme-tipli mobil pazarlama uygulamalarının incelenmesi	İtme-tipli mobil pazarlama uygulamaları yoluyla tüketicilerin deneyimlerini açıklama konusunda algılanan müdahalecilik önemli bir yere sahiptir.
Ertemel, 2011	Müşteri ilişkileri yönetimi sistemleri yaygın bilişim ve ortam duyarlı mobil pazarlama açısından incelenmesi	Algılanan fayda bağlamında tüketiciler için en önemli değişkenlerin kişiselleştirme ve aktivite ilgili olma değişkenleri olduğu ortaya çıkmıştır.
Eru, 2013	Süpermarketler tarafından kullanılan mobil pazarlama uygulamalarının tüketicilerin satın alma davranışlarına olan etkilerinin incelenmesi	Süpermarketlerden tüketicilere gönderilen mobil reklam mesajlarının tüketicilerin satın alma davranışlarını çeşitli şekillerde etkilediği ortaya çıkmıştır.
Yesildag, 2016	Seyahat acentelerinin kullandığı mobil pazarlama uygulamalarının pazarlama performansı ve müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerinin incelenmesi	İlgili uygulamalar seyahat acentalarının satışlarını, karlılık oranlarını ve müşteri sayılarını artırırken; pazarlama maliyetlerini ise azaltmaktadır.
Kır, 2016	Konum bazlı mobil pazarlama kampanyalarına katılımı etkileyen faktörlerin incelenmesi	Araştırma sonucunda konum bazlı pazarlamaya katılım isteğini etkileyen faktörler sırasıyla mobil pazarlama deneyimi, izin, gizlilik, kişiselleştirme, faydalılık, kişisel yenilikçilik, kullanım kolaylığı ve güven olarak ortaya çıkmıştır.
Cengiz, 2017	Tüketicilerin hazcı ve materyalist eğilimlerinin izinli mobil pazarlama uygulamalarına ilişkin tutumlarına olan etkilerinin araştırılması	Materyalizmin, izinli mobil pazarlama mesajlarına yönelik tutum ölçeğinin faktörlerinden bilgilendirme, kişiselleştirme, ilişki kurma ve sürdürme ve fayda faktörleri üzerinde olumlu etkileri ortaya çıkmıştır. Ayrıca hedonik tüketim eğilim düzeyleri arttıkça izinli mobil mesajlarının bilgilendirici, faydalı ve güvenilir bulunma düzeyleri de artmıştır.

Tablo 9 incelendiğinde mobil pazarlama üzerine yazılmış doktora tezlerinde genellikle mobil pazarlama uygulamaları ele alınmış ve bu uygulamaların tüketici davranışları, müşteri ilişkileri yönetimi, tutum ve satın alma davranışı gibi çeşitli alanlar üzerindeki etkileri ve aralarındaki ilişkiler irdelenmiştir.

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu çalışmada Türkiye’de mobil pazarlama üzerine yazılan lisansüstü tezlerinin genel bir profilinin ortaya çıkarılmasına çalışılmıştır. Çalışmanın amacını gerçekleştirmek için farklı araştırma soruları sorulmuştur. Bu sorular ise içerik analizi yöntemi vasıtasıyla cevaplanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda Yüksek Öğretim Kurulunun Tez Tarama Sayfasında yer alan ve

erişime açık 55 tez (49 adet yüksek lisans ve 6 adet doktora) araştırma kapsamına alınarak incelenmiştir.

Araştırmada öncelikle mobil pazarlama üzerine yazılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin yıllar itibarıyla dağılımları incelenmiştir. Türkiye’de mobil pazarlama üzerine yazılan ilk tezin 2007 yılında tamamlanan bir yüksek lisans tezi olduğu görülmektedir. 2022 yılına kadar mobil pazarlama üzerine yazılmış bütün lisansüstü tezler incelendiğinde yüksek lisans düzeyinde yazılan tezlerin tüm tezler içerisindeki payının neredeyse yüzde 90 olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle son beş yıl içerisinde bu konu üzerine yazılan tez sayısında bariz artışlar söz konusudur. Bunda teknolojik ilerlemelerin ve dijital gelişimin etkilerinin olduğu düşünülmektedir.

Mobil pazarlama sosyal bilimler alanında yer alan bir araştırma alanı olarak görülmektedir. Bu bağlamda bu konu üzerine yazılan lisansüstü tezlerinin çoğunluğunun Sosyal Bilimler Enstitüleri bünyesinde gerçekleştirilmiş olmaları beklenen bir durumdur. Araştırmanın bulguları bu durumu destekler niteliktedir.

Mobil pazarlama literatürünün önemli bir kısmı İngilizce kaynaklardan oluşmasına rağmen yazılan tezlerin büyük çoğunluğu Türkçe olarak yazılmıştır. Ancak yabancı dille eğitim veren üniversiteler haricinde de mobil pazarlama üzerine İngilizce olarak tamamlanmış lisansüstü tezler de bulunmaktadır.

Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin genellikle işletme ve pazarlama bilim dalları bünyesinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Ancak mobil pazarlama konusu sadece işletmecilerin değil aynı zamanda bazı mühendislik dallarının da çalışma alanlarına girmektedir. Bu bağlamda endüstri mühendisliği, işletme mühendisliği ve bilgisayar mühendisliği gibi alanlardan gelen araştırmacılar da bu konu üzerine lisansüstü çalışmalar yapmışlardır. Bu durum mobil pazarlama özelinde pazarlama olgusunun hem interdisipliner hem de farklı uygulama alanlarına açık bir bilim dalı hüviyetini destekler niteliktedir.

Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlerin çoğunluğu (toplam 28 tez) İstanbul’da yer alan üniversitelerde üretilmiştir. Bu okullar içinde öne çıkan üniversiteler ise Bahçeşehir Üniversitesi (5 tez) ve Marmara Üniversitesi’dir (4 tez). İstanbul kentinin nüfus ve demografik yapısının mobil pazarlama alanına ilgi duyan araştırmacılar için cazip gelmiş olabileceği düşünülebilir. Anadolu’daki üniversitelere bakıldığında konuyla ilgili ise en çok tez üretilen okulun Aydın kentindeki Adnan Menderes Üniversitesi (3 tez) olduğu ortaya çıkmıştır.

Mobil pazarlama üzerine yazılan tezlere araştırma yöntemleri açısından bakıldığında araştırmacılar tarafından en fazla tercih edilen yöntemin nicel yöntemler olduğu fark

edilmektedir. Sosyal bir bilim dalı olan pazarlama alanında kantitatif araştırmalara bu kadar fazla ağırlık verilmesi bu alanın uygulamalı bir bilim dalı olabilme çabalarına katkılar sağlamaktadır.

Mobil pazarlama üzerine yazılmış yüksek lisans tezleri detaylı bir biçimde incelendiğinde en çok çalışılan alanın tüketici davranışları alanı olduğu görülmektedir. Mobil pazarlama yukarıdaki bölümlerde de ifade edildiği gibi genellikle pazarlama karmasının tutundurma bileşeniyle ortaya çıkan bir kavram olmasına rağmen hedef pazarı oluşturan tüketicilerin davranışlarının analiz edilmesinde iletişimin de payının olduğunu göstermesi açısından oldukça önemlidir.

Mobil pazarlama konusundaki doktora tezleri sınırlı sayıda olduğu için en fazla çalışılan alanlara ilişkin genel bir perspektif çizilmesi zor gözükmemektedir. Ancak bu alanda yazılan doktora tezlerinde genellikle mobil pazarlama uygulamaları ve bu uygulamaların pazarlamanın farklı alanlarına (müşteri ilişkileri yönetimi, tüketici davranışları vb.) etkilerinin incelenmesi temelinde gerçekleştirildiği belirtilebilir.

Sonuç olarak bu çalışma sadece pazarlamanın değil aynı zamanda sosyal bilimlerin farklı alanlarında hatta bazı mühendislik dalları açısından da araştırma alanı olarak karşılık bulan mobil pazarlama kavramının Türkiye'deki lisansüstü tezler bağlamında bilimsel yazında ne ölçüde yer bulduğunu ortaya koymaktadır.

Özellikle 2017 sonrası dönemde mobil pazarlama konusundaki tez sayısının neredeyse iki kat artmış olması bu çalışmayı Pir (2018) tarafından 2017 yılına kadar olan mobil pazarlama konulu tezlerin incelendiği çalışmadan farklı kılmaktadır.

İçerik analizi kullanarak gerçekleştirilen bu çalışmanın bundan sonra mobil pazarlama konuyla ilgilenecek araştırmacılara da bir zemin oluşturabileceği düşünülmektedir. İleriki çalışmalarda mobil pazarlama üzerine yazılmış uluslararası tezler ile Türkiye'deki tezlerin birbirleriyle kıyaslandığı çalışmalar yürütülebilir.

KAYNAKÇA

Akbıyık A., Okutan, S. & Altunışık, R. (2009). Mobil pazarlama platformlarında izinli pazarlama uygulamalarına yönelik tüketici tutum ve algıları üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 1-28

Akdemir Cengiz, H. (2017). *Tüketicilerin hazcı (hedonik) ve materyalist eğilimlerinin izinli mobil pazarlama uygulamalarına yönelik tutumlarına etkisinin araştırılması* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Karabük Üniversitesi.

Akın, B. (2010). *Usage of current mobile marketing services and evaluation of potential future applications* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Boğaziçi Üniversitesi.

Aksoy, N. (2017). *Consumer' s attitudes toward mobile marketing strategies in their decision making process* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi.

- Aksu, A. (2007). *Mobil pazarlama ve piyasa etkinliğinin incelenmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Kadir Has Üniversitesi.
- Alhaj, A. A. A. (2022). *Mobil pazarlama kapsamında sosyal medya pazarlama aktivitelerinin satın alma niyetine etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Alkaya, A. (2007). *Mobil kanallar yoluyla pazarlama iletişimi süreci ve üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamaya ilişkin tutumlarına yönelik bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Alpay, A. (2019). *Mobil pazarlama açısından öğrencilerin satın alma davranışları: Bir uygulama* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri- SPSS uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık.
- Atalar, A. (2015). *Mobil pazarlama uygulamalarının internet ortamında gerçekleşen satışlara etkilerinin analizi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Avcı, M. (2017). *Mobil pazarlama uygulamalarının benimsenmesinde algılanan eğlence faktörünün önemi: Qr kod uygulamaları üzerine bir çalışma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Karabük Üniversitesi.
- Azımı, M. K. (2021). *Factors affecting intentions and attitudes of Afghan and Turkish consumers towards mobile marketing applications* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Kocaeli Üniversitesi.
- Bakır, N. O. (2014). Pazarlama alanında yapılan doktora tezlerinin kategorik olarak değerlendirilmesi (1994 - 2012), *Öneri Dergisi*, 10 (40), 1-13
- Bakır, A. M. (2018). *Mobil pazarlama faaliyetlerinin e-memnuniyet ve e-sadakate etkileri* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Başeken, G. (2019). *Mobil pazarlama uygulama özelliklerinin tüketici tutumuna yönelik olası etkilerinin incelenmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi.
- Baydemir, E. (2021). *Mobil pazarlamanın tüketici davranışlarına etkisi: Y kuşağı örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi.
- Bozyiğit, S., Yaşa, E., & Özyörük D. (2011). Y kuşağı tüketicilerinin sms reklamlarına yönelik tutumları: Mersin ilindeki üniversite öğrencilerinin tutumlarını belirlemeye yönelik pilot bir araştırma, 16. Ulusal Pazarlama Kongresi, 122-139.
- Bozyiğit, S., & Yaşa, E. (2012). Araştırmacıların pazarlama alanına bilimsel katkıları: pazarlama konusunda yapılan lisansüstü tezlere ilişkin bir araştırma, 17. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, 18-21 Ekim 2012, Balıkesir.
- Çapraz, S. (2015). *Mobil pazarlamanın tüketicilerin marka alguları üzerine etkileri ve bir uygulama* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Çavuş, M. (2017). *Türkiye'de mobil pazarın gelişiminin mobil pazarlama ve mecra tüketimlerine etkisi: Turkcell müşterileri üzerinde bir uygulama* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi.
- Çınar, G. (2015). *Using micro location-based technologies in mobile marketing: integration of sms with mass, segmented and location-based customer data* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Demir, A. (2013). *Factors effecting Turkish customers' mobile marketing services adoption* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bahcesehir Üniversitesi.
- Dur, R. (2019). *Bankacılık sektöründe mobil pazarlama kampanyalarına yönelik hedef kitle analizi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Duran, Z. Z. (2019). *Firmaların mobil pazarlama uygulamalarını benimsemesinin firma ve pazar performansına etkisi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Gaziantep Üniversitesi.
- Durlanık, S. (2014). *Mobil pazarlamanın türkiye inşaat sektörü açısından değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Okan Üniversitesi.

Eldem, S. (2020). *Mobil pazarlama stratejilerinin tüketici davranışlarına etkisi bağlamında mobil alışveriş uygulamalarının incelenmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.

Ercan, E. E. (2022). *Covid-19 Döneminde mobil pazarlamanın tüketici satın alma davranışlarına etkisi: bankacılık sektöründe bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Başkent Üniversitesi.

Eren, G. (2008). *Advertising value of mobile marketing activities and consumer attitudes* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.

Eru, O. (2013). *Süpermarket sektöründeki mobil pazarlama uygulamalarının tüketici davranışlarına etkisi: Aydın örneği* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.

Ertemel, A. V. (2011). *Müşteri ilişkileri yönetiminin yaygın bilişim ve ortam duyarlı mobil pazarlama perspektifinden incelenmesi ve bir uygulama* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.

Eşiyok, S. S. (2019). *Güncel pazarlama yaklaşımlarından mobil pazarlamanın sağlık sektöründe kullanımı: doktorların mobil sağlık hizmetlerine yaklaşımı* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Farız, M. (2017). *Mobil pazarlama uygulamalarının tüketici davranışlarına etkisi ve beşiktaş ilçesinde yaşayanlar üzerinde bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Nişantaşı Üniversitesi.

Gider, A. (2014). *Mobil pazarlama ve üniversite öğrencilerinin mobil pazarlama algısı: Nazilli'deki üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.

Google Akademik (2022, Eylül 25), https://scholar.google.com/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&q=mobil+pazarlama&btnG=

Gülden, Ö. (2018). *Mobil pazarlamanın müşteri satın alma davranışına etkileri* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.

Güleç, U. (2019). *Oyunlaştırma (Gamification) ve mobil pazarlama etkinliği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.

Gülerhocaoğlu, T. (2017). *Mobil pazarlama uygulamalarına yönelik tüketici tutumları: Bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Uludağ Üniversitesi.

Gülmez, M., Yalçıntaş, D. Kurtulgan, A., & Özbay, M. (2019). Türkiye'de pazarlama alanında yazılan doktora tezlerinin incelenmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 59-69.

Güven, A. G. (2019). *Mobil pazarlama uygulamalarının müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: Turizm sektöründe bir uygulama* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Güven Yeşildağ, G. N. (2016). *Mobil pazarlama uygulamalarının pazarlama performansı ve müşteri memnuniyetine etkisi: Seyahat acentaları üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Beykent Üniversitesi.

Hacıhasanoğlu, P. (2015). *Bankacılıkta mobil pazarlama ve tüketici satın alma kararı üzerine etkisi: Yozgat örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bozok Üniversitesi.

İnce, E. (2014). *Mobil pazarlama uygulamalarının markaya etkisi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Okan Üniversitesi.

İnce, M., Gül, H. & Bozyigit, S. (2017). Türkiye'de turizm pazarlaması konusunda yazılan lisansüstü tezlerin incelenmesi: 1990-2016. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 113-130.

Karaca, Ş., & Gülmez, M. (2010). Mobil pazarlama: Kavramsal bir değerlendirme. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 1(1), 69-81

Karaçizmeli Güzeler, A. (2010). *Mobil pazarlama ve sms (kısa mesaj) ile yapılan reklam ve kampanyaların tüketici davranışı üzerindeki etkilerine yönelik bir uygulama: Şanlıurfa örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Harran Üniversitesi.

Karagöz, B. & Çağlar, B. (2011). Perakende sektöründe mobil pazarlama uygulamalarına karşı tüketici davranışlarının incelenmesi. *Academic Journal of Information Technology*, 1-17.

Kılıç, İ. (2019). *Mobil pazarlama uygulamalarının destinasyon seçimine etkileri (Marmaris ilçesi örneği)* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.

Kır, B. (2016). *Targeting consumers in mobile era: Factors affecting adoption to location based mobile marketing in Turkey* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi.

Koçak, A. (2013). *Mobil pazarlama aracı olarak mobil uygulamalar ve üniversite öğrencilerinin mobil pazarlamaya karşı tutumu üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.

Kurnaz, A. (2012). *Mobil pazarlama kapsamında izinli uygulamaların tüketicilerin tutumları üzerindeki etkilerinin incelenmesi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.

Kurtagic, H. (2019). *Tüketicilerin mobil pazarlama uygulamalarını kabullenmelerinde etkili olan faktörler: Balkan ülkelerindeki üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Kurtaran, B. (2019). Lokasyon bazlı mobil pazarlama uygulamalarının tüketici satın alma davranışları ile ilişkisi üzerine bir araştırma. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.

Kuş, Ö. A. (2016). Bir pazarlama aracı olarak mobil pazarlama: İstanbul ili kapsamında y kuşağının mobil pazarlamaya bakış açısı. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Okan Üniversitesi.

MMA (2009, Eylül 26). MMA updates definition of mobile marketing, <https://www.mmaglobal.com/news/mma-updates-definition-mobile-marketing>.

Özmüş, E. (2019). Effects of new generation mobile marketing strategies on consumer behavior by business directors. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.

Pir, E. O. (2018). Mobil pazarlama üzerine yapılan lisansüstü tezlerine yönelik içerik analizi. *International Journal of Social Humanities Sciences Research (JSHSR)*. 1, 4833-4840

Pousttchi, K., & Wiedemann D. G. (2007). Success factors in mobile viral marketing: A multi-case study approach, *International Conference on the Management of Mobile Business (ICMB 2007)*, 34

Scharl, A., Dickinger, A., & Murphy, J. (2005). Diffusion and success factors of mobile marketing. *Electronic Commerce Research and Applications*, 4(2), 159-173.

Secerbegovic, N. (2017). Effect of mobile marketing services on customer's mobile marketing acceptance. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.

Shehada, Y. N. A. (2018). Mobil pazarlama kapsamında izinli pazarlama uygulamalarının tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkilerinin incelenmesi. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi.

Sürücü, O., & Bayram, A.T. (2016). Mobil pazarlama ve turizmde mobil teknolojilerin kullanımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (42), 2024-2032

Şenyuva, B. (2009). Reklamlı sms modeliyle çalışan web tabanlı mobil pazarlama uygulaması. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Haliç Üniversitesi.

Tekin, M., Gobenez, Y., & Tekin, E. (2021). Mobil pazarlamanın reklam içerik kalitesine etkisi: çalışanlar üzerine bir araştırma, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 159-172.

Terzi, O. (2017). Mobil pazarlamanın y kuşağı tüketici davranışları üzerine etkileri: Muğla ili örneği. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.

Toptaş, D. (2016). The impact of mobile marketing on young consumer attitudes and permission marketing effect. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.

Uysal, H. M. (2020). Mobil pazarlamanın tüketici davranışlarına etkisi. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi.

Varnalı, K. (2010). Exploring drivers of success in push-type mobile marketing. [Yayınlanmamış doktora tezi]. Boğaziçi Üniversitesi.

Varnalı, K., & Toker, A. (2010). Mobile marketing research: The state of the art. *International Journal of Information Management*, 144-151.

Yeşilöz, M. (2020). Mobil pazarlamanın turistlerin satın alma niyeti açısından değerlendirilmesi: Kuşadası örneği. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.

Yıldız, T. (2020). Mobil pazarlamanın kabul edilmesini etkileyen etkenler: Tüketici yenilikçiliği ve kullanım amacının düzenleyici etkisi. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.

Yılmaz, E. (2016). Mobil pazarlama uygulamalarının pazarlama etiği açısından değerlendirilmesi. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Maltepe Üniversitesi.

Yükseköğretim Kurumu (2022, Eylül 20), www.tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/



İmalat İşletmelerinde Atık Yönetimi: Literatürde Yer Alan Çalışmaların İncelenmesi

Bekir DEĞİRMENCİ^{1*}

Geliş Tarihi/Received Date: 12.09.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 17.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Son yıllarda teknoloji alanında yaşanan inovatif gelişmelerin işletmelere entegre edilmesi üretimi hızlandırmıştır. Seri üretime bağlı olarak işletmelerin atık seviyelerinde hızlı bir yükseliş görülmektedir. Atık Yönetim sürecinin doğru yönetilmesi ve çevre yönetimi uygulamalarının işletmeler tarafından yönetim stratejilerinin merkezine yerleştirilmesi gerekmektedir. Çevresel ihtiyaçlar ve insan kaynaklı yerkürede yaşanan tahribatlar gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada özellikle imalat işletmelerine atık yönetimi konusunda önemli görevler düşmektedir. Bu çalışmada imalat işletmelerinin atık yönetimine ilişkin ne tür uygulamalara yer verdiklerinin ortaya çıkarılması amacıyla yapılmıştır. Çalışma iki aşamalı olarak geliştirilmiştir. İlk olarak imalat işletmelerinde atık yönetimine ilişkin 2018-2022 yılları arasında yapılan akademik çalışmalar incelenmiştir. İkinci aşamada Borsa İstanbul (BİST 50) işlem gören ve en büyük elli firma arasında yer alan “Arçelik, Ford Otosan, Petkim, Şişe Cam” imalat işletmelerinin atık yönetimi konusundaki uygulamaları ortaya konulmuştur. Nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler Mayıs-Ağustos 2022 tarihlerini kapsayan dört aylık bir süreci kapsamaktadır. Yapılan araştırma sonucunda literatürde beş çalışmaya rastlanmıştır. İmalat işletmelerinde Atık Yönetimi konusunda yapılan akademik çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı tespit edilmiştir. İşletme yönetim anlayışında, yalın üretime doğru bir akışın olduğu gözlenmiştir. İmalat işletmelerinde atık yönetimi konusunda daha fazla çalışma yapılması önerilmektedir. Diğer taraftan farklı

¹ Öğr. Gör. Dr., Adıyaman Üniversitesi Besni Ali Erdemoğlu Meslek Yüksekokulu, Orcid No: 0000-0001-5236-5245

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: bdegirmenci@adiyaman.edu.tr

sektörlerde ve ülkelerde atık yönetimi konusunda yapılan çalışmaların ve işletmeler tarafından yapılan uygulamaların karşılaştırılması literatüre katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sürdürülebilirlik, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Çevre Yönetimi, Yalın Üretim, Atık Yönetimi

Waste Management in Manufacturing Enterprises: Analysis of Studies in the Literature

ABSTRACT

The integration of innovative developments in the field of technology in recent years has accelerated production. There is a rapid increase in waste levels of enterprises due to mass production. It is necessary to manage the Waste Management process correctly and to place environmental management practices at the center of management strategies by businesses. Environmental needs and human-induced damage to the earth are increasing day by day. At this point, especially manufacturing enterprises have important duties in waste management. In this study, it was carried out in order to reveal what kind of practices are included in the waste management of the manufacturing enterprises. The study was developed in two stages. First of all, academic studies on waste management in manufacturing enterprises between the years 2018-2022 were examined. In the second stage, the waste management practices of the manufacturing enterprises of “Arçelik, Ford Otosan, Petkim, Şişe Cam”, which are traded on the İstanbul Stock Exchange (BIST 50) and are among the top fifty companies, are presented. Qualitative research method was used. The data cover a four-month period from May to August 2022. As a result of the research, five studies were found in the literature. It has been determined that academic studies on Waste Management in manufacturing enterprises are not sufficient. It has been observed that there is a flow towards lean manufacturing in the business management approach. It is recommended that more studies be conducted on waste management in manufacturing enterprises. On the other hand, the comparison of the studies on waste management in different sectors and countries and the applications made by the enterprises will contribute to the literature.

Keywords: Corporate Sustainability, Corporate Social Responsibility, Environmental Management, Lean Manufacturing, Waste Management

1.GİRİŞ

Sanayi devrimi sonrası makine gücüne dayalı üretim teknikleri hız kazanmıştır. Seri üretim sonucunda; ekonomik büyüme, toplumların refah seviyelerinde yaşanan yükselişler ve nüfus artışı üretim miktarında artış ve buna bağlı atık miktarında hızlı yükselişler görülmektedir. Son yıllarda seri üretime bağlı olarak karbon salınımı yaşanmaktadır. Ekonomik kalkınmayla doğrudan ilişkili olan endüstriyel kirlilik, küresel olarak çevreye zararlı oluşumların azaltılmasına yönelik firmalar tarafından çevre yönetimi uygulamalarının benimsenmesini zorunlu kılmaktadır (Ayaz Arda, & Aslan, 2020). Günümüzün hızla gelişen ve değişen dünyasında teknolojik inovasyona bağlı hızlı üretim teknolojileri ve sınırsız insan ihtiyaçları, çevrenin tahribatı, doğadaki diğer canlıların yaşam alanlarında meydana gelen bozulmalar nedeniyle yerkürenin hızla yok olma tehlikesiyle karşı karşıya gelmesine neden olmuştur. Özellikle kimyasal ve biyolojik araçlarla yürütülen savaşlar, yapay üretim ve insanlar tarafından doğanın bilinçsizce tahrip edilmesi gibi nedenlere bağlı olarak yerkürede; depremler, sel felaketleri, küresel ısınma, fırtınalar, kuraklık gibi tabiat kaynaklı reaksiyonlar meydana gelmektedir. Çevresel sorunlar ilk kez, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) kapsamında 1972 yılında Stockholm Konferansı'nda kapsamlı bir şekilde dünya devletleri tarafından gündeme alınmıştır. Buna bağlı olarak 5 Haziran "Dünya Çevre Günü" ilan edilmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde karbon emisyon artış hızını kontrol altına almak amacıyla birçok ülke Kyoto Protokolü'ne katılım sağlamıştır. Uluslararası platformda hükümetlerin imzaladığı küresel ısınmaya karşı mücadele konusunda ülkeler arası ilk antlaşma, "Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çevre Sözleşmesi" olmuştur. Antlaşmanın içeriği incelendiğinde genel hatlarıyla, "çevreye yönelik sanayi ve teknoloji alanlarında iş birliği sağlamak, sera gazı emisyonlarını azaltmak, sera gazı yutaklarını (göller ve ormanlar gibi) korumaya yönelik önlemleri kapsamaktadır. Türkiye 1992 yılında ilgili sözleşmeyi imzalamıştır (Atcı & Ergülen, 2020).

Bugünün dünyasında toplumu oluşturan bireylerin ve işletmelerin, daha sürdürülebilir yaşam koşullarının temin edilmesi noktasında kendini sorguya çekmeli, çözüm önerileri geliştirmeli ve somut adımlar atmalıdır. Bu perspektiften bakıldığında, bu çalışmanın temel amacı imalat işletmelerinde atık yönetimine ilişkin yapılan çalışmaların gözden geçirilmesine dayanmaktadır. Günümüz dünyasında, "Hükümetler, Uluslararası Kuruluşlar, Toplum ve Çevre Yararına Faaliyet Yürüten Gönüllü Kuruluşlar, Bilinçli İnsanlar (Tüketiciler)" sürekli olarak çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesine ve

konunun gündemde kalmasına yönelik söylem ve eylemlerde bulunmaktadır. Çevresel konular akademisyenlerinde üzerinde yoğun çaba sarf ettiği çalışma alanları arasında yer almaktadır.

Özellikle çevreye zararlı atık üretiminin had safhada olduğu imalat işletmeleri bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. İmalat işletmelerinde atık yönetimi ne durumdadır? Literatürde, daha önce imalat işletmelerinde atık yönetimine ilişkin ne tür çalışmalar yürütmüştür? Türkiye’de imalat sektöründe faaliyet gösteren halka açık firmalar atık yönetimine yönelik ne tür uygulamalara yer vermektedir? bu çalışmanın cevap aradığı sorular arasında yer almaktadır. Çevre Yönetimi alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde; entegre kirlilik önleme ve kontrol prensiplerini dikkate alan iklim değişikliği konuları, sera gazı ve hava emisyonlarının takibi ve azaltılması, su verimliliği, atıkların azaltılması, biyoçeşitliliğin korunması gibi konuların yer aldığı görülmüştür. Diğer taraftan çevre yönetimi; çalışanların ve toplumun çevre bilincinin artırılması, doğal hayatın korunması ve geliştirilmesinde döngüsellik sağlanmasını amaçlamaktadır (Tüpraş 2021 Sürdürülebilirlik Raporu). Bu çalışmada, özellikle çevre yönetiminin alt çalışma alanları arasında yer alan “atık yönetimi” ve imalat işletmeleri başlıkları birlikte inceleme konusu yapılmıştır. Sıfır Atık Yönetim Sistemi, “üretim, tüketim ve hizmet” sürecinde atık oluşumunun önlenmesi, atıkların yeniden dönüştürülmesine özen gösterilmesi, gıda israfının önlenmesi, doğal kaynaklardan optimum şekilde kullanılması, atıkların verimlilik çerçevesinde dönüştürülmesi, atıkların dönüştüremediği durumlarda yok edilmesini içermektedir (Atcı, 2020). Atık türleri arasında; Kablo Atıkları, Elektrik Motorları, Kontamine Atıklar, Yağ ve Gres Atıkları, Kontamine Ambalajlar, Soda Ürün Ambalajları, Kromsan Ürün Kontamine Ambalajları ve Geri Dönüştürülebilir Ambalaj Atıkları şeklinde sıralanmaktadır (Şişecam 2021 Sürdürülebilirlik Raporu).

İşletmeler tarafından geleneksel yönetim anlayışında çevre ile ilişkiler, firmalar tarafından çevre üzerinde etkin olunması ve hava kirliliği ve atıkların dışsal bir etki olarak görülmesi söz konusudur. Modern yönetim anlayışında ise, işletmelerin doğa ile uyumlu olması, hava kirliliği ve atıklar gibi çevre üzerindeki negatif koşulların yönetilmesi ve yok edilmesine yönelik önlemler yer almaktadır (Tüyen, 2020). İşletmelerin kendi içerisinde (iç paydaşlar) yaşadığı birtakım sorunlar, pazarda yaşanan baskılar, toplumsal talepler ve dış paydaşların beklentileri işletmeleri çevre yönetimi, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk gibi konularda tedbir almaya zorlamaktadır (Ayaz vd., 2018). Küresel ölçekte faaliyet gösteren özellikle çok uluslu firmalar, rekabet edebilmek ve ayakta kalabilmek adına çevre ve insana saygı göstermeleri gerekmektedir. Firmalar müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarını

karşılımları kurumsal sürdürülebilirliğin sağlanmasına katkı sağlamaktadır. Çevreye duyarlı ürün satın alan müşterilerin marka tercihleri, işletme yönetiminde çevre stratejileri geliştirilmesini zaruri kılmıştır. Uluslararası firmaların Avrupa Birliği uyum politikalarında en fazla dikkat etmeleri gereken konulardan birisi de çevredir. Firmaların, çevreye verdikleri ya da verebilecekleri hasarı en aza indirmek ve mümkünse ortadan kaldırmak için geliştirilen yönetim sistemi “Çevre Yönetim Sistemi” şeklinde açıklanmaktadır. İşletmeler faaliyetlerini ISO 14000 (Çevre Yönetim Sistemi) kurallarına azami dikkat etmeleri ve aldıkları kararlarda çevresel duyarlılığa uygun davranmaları beklenmektedir (Atcı & Ergülen, 2020).

Son yıllarda firmalar, rekabet avantajı elde etmek için çevresel konulara yönelmektedir. İşletmelerin yönetim politikalarında uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri müşterilerin markalara olan sadakatini arttırmaktadır (Koçyiğit & Gök, 2019). Türkiye’de 2018 yılından itibaren Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından Çevre ve Atık Yönetimi programları uygulamaya konulmuştur. Bakanlık tarafından Sıfır Atık politikaları da gündeme alınmıştır. Günümüz koşullarında atıkların yakılıp yok edilmesi faaliyetlerine son verilmiştir. Öncelikli olarak atıkların ekonomik ve hammadde kaynağına dönüştürülmesi hedeflenmektedir. Diğer taraftan atıkların ekonomiye kazandırılması ve enerjiye dönüştürülmesi için her türlü önlem birinci öncelik haline gelmiştir (Atcı & Ergülen, 2020).

Macit ve Aytar (2021), BİST 100’de yer alan firmaların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerine ilişkin yapmış oldukları araştırmada, özellikle ulaştırma ve inşaat alanında faaliyet gösteren firmaların çevresel konulara yoğunlaştıklarını tespit ettiler. En fazla atık üreten sektörler arasında imalat işletmeleri yer almaktadır. İmalat işletmelerinin atık yönetimi konusunda daha hassas davranmaları gerektiği düşünüldüğünde, çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümü iki kısımdan oluşmaktadır. Bunlar; çevre yönetimi ve atık yönetimidir. Çalışma konusunun daha iyi anlaşılması açısından yapılan literatür incelemesi sonucunda bu kavramlar aşağıda açıklanmıştır.

2.1. Çevre Yönetimi

Çevre Yönetimi kavramı açıklanırken “işletmelerde çevre yönetimi (environmental management in business)” kelime grubu “scholar.google.com” ve “researchgate.net” akademik

arama motorlarından sorgulanmıştır. Literatürde yer alan ve çalışma kapsamında incelenen kavramların yer aldığı çalışmalara atıf yapılarak kavramsal çerçeve dizayn edilmiştir.

Çevre, canlıların (insanlar, hayvanlar, bitkiler) yaşam alanları üzerinde etkili olan fiziksel, biyolojik ve kimyasal unsurların tamamı çevreye ilişkin sınırları oluşturmaktadır. Bir başka ifadeyle çevre, fiziksel ve toplumsal yapılardan oluşmaktadır. Fiziksel çevre, yapay ve doğal olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Dağlar, denizler, göller, ağaçlar gibi fiziksel unsurlar doğal çevreyi oluşturmaktadır. Yapay çevre ise insanlığın kendi müdahalesi sonucunda fiziki çevrede oluşan (şehir, kasaba, baraj, binalar gibi) yaşam alanları ve yapıları ifade etmektedir (Akkuş & Akkuş, 2018). İşletmeler bünyelerinde “Çevre Yönetim Sistemleri” oluşturmak için kaynak ayırmaktadır. Özellikle tüketicilerin (müşterilerin) çevreye duyarlı olduğu kesimlere hitap eden firmalar, çevre yönetimi konusunda daha sıkı tedbirler alma yoluna gitmektedir (Ayaz vd., 2018).

ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemine ilişkin standartlar, işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik politikalarını, firmalar tarafından belirlenen çevresel amaç ve hedeflerin çevre yönetim sistemine uygunluğuna ilişkin sınırları çizmiştir. ISO 14001’e göre, işletmelerin doğal kaynakları daha dikkatli kullanmaları, hava, toprak ve suya verilen zararın en aza düşürülmesine yönelik alternatifler üzerinde durmaktadır (Atcı & Ergülen, 2020). Günümüz işletmeleri çevre yönetimi ve sosyal sorumluluk uygulamalarını birlikte uygulamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda, işletme çalışanlarının etik davranışlar sergilemesi, ekonomik büyümeye katkıda bulunması, çalışanların ve toplumun yaşam kalitesini iyileştirmeye yönelik alınan tedbirler gibi değişik alternatifler uygulanması yoluyla sürdürülebilir bir dünyanın oluşturulmasına yardımcı olmaktadır (Dey vd., 2018).

Canlı varlıkların dengeli ve sağlıklı yaşam alanlarına kavuşmasına ilişkin önlemler çevre yönetimi kapsamında değerlendirilmektedir. Bu kapsamda çevre yönetimi, çevrenin korunması, iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yönünde tedbir ve uygulamaları içermektedir. Etkin bir çevre yönetimi için, hükümetler çevre yönetim planları hazırlamaktadır. Bu planlamalar dâhilinde, çevre sorunlarının tespit edilmesi ve alınacak önlemlerin ortaya konulmasına yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Çevre sorunlarının çözümü konusunda alınacak tedbirlere yönelik yapılması gereken programlarda günümüz iş dünyasında önemsenmektedir. Atık ve çevre yönetimine yönelik tedbir ve uygulamalardan birinci dereceden; hükümetler, yerel yönetimler, işletmeler ve gönüllü kuruluşlar sorumludur (Akkuş & Akkuş, 2018). İşletme yönetimi ve çalışanların algı düzeyleri, piyasada benzerlerine göre rekabet avantajı sağlama hırısı ve gayretler, işletme kültürü, faaliyet gösterilen ülke ve tüketicilerin çevre konularındaki

hassasiyeti şirketlerin çevre stratejileri belirlemelerinde etkili olmaktadır. Ayrıca, işletmelerin; yaşı, büyüklüğü, faaliyette bulunduğu sektör ve pazardaki rekabet gücü gibi etkenler firmaların çevre stratejileri geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Çevre Yönetimi'nin alt boyutları arasında; liderlik, insan yönetimi, planlama, enformasyon ve analiz, tedarik zinciri yönetimi, süreç yönetimi, paydaş yönetimi ve son olarak ürün tasarımı gibi alt başlıklar yer almaktadır (Ayaz Arda vd., 2018). Scarpellini ve diğerleri (2020), Döngüsel Ekonomiyi çeşitli düzeylerde çalışan bir çevre yönetimi biçimi olarak görmüşlerdir. Bu durumda, ulusal veya bölgesel (yani makro düzeyde) ekonomik büyümeyi tüketimden ayırmayı amaçlamışlardır. Eko-endüstriyel seviyede (orta düzey) çevre yönetimi ise, bölgesel kalkınmayı ve doğal çevreyi teşvik etmeye çalışmaktadır. Mikro düzeyde çevre yönetiminin amacı ise (bireysel firma düzeyinde), hammadde ve kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlamak için daha temiz üretim faaliyetleri içermektedir. Aytar (2019), kurumsal sürdürülebilirliğin kodları arasında, “Doğa, Çevre ve Biyoçeşitliliğin Korunması Faaliyetleri” yer aldığının altını çizmiştir. Bu doğrultuda doğa ve çevrenin korunmasına ilişkin faaliyetleri çevre yönetimin çalışma alanında incelemek yerinde olacaktır. Hızlı ve seri üretim sonucunda meydana gelen atıkların bertaraf edilmesi noktasında işletmelerin çevre bilincine uygun hareket etmeleri önemsenmektedir. İşletmelerin çevre yönetimine ilişkin aldıkları önlemler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Çevre yönetimi önlemleri

Sıra No	Açıklama
1	Firma bünyesinde geri dönüşüm üniteleri geliştirmek
2	Yeniden kullanılabilen malzemelerin üretimine önem vermek
3	Çevre dostu üretime ağırlık vermek
4	İdari işlerde kâğıt israfını azaltmaya yönelik önlemler almak
5	Yenilenemeyen enerji kaynaklarının kullanımını azaltmak
6	Yenilebilir enerji kaynaklarının kullanımı konusunda hassasiyet göstermek
7	Toksik malzemelerin kullanımından mümkün olduğu kadar kaçınmak

Kaynak: Turpcu, 2021.

Çevre Yönetimine ilişkin firmalar tarafından alınan önlemler ve stratejik yönetim kararlarının kalbinde yer verilmesi insanların, hayvanların, bitkilerin ve yerkürenin varlığını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmesi bakımından gereklidir. Daha öncede vurgulandığı gibi, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasında; kanun yapıcılara, toplumlara, çalışanlara ve işletmelere çok önemli sorumluluklar yüklenmektedir. Uluslararası kuruluşlar tarafından çevresel önlemlere yönelik alınan kararların özellikle hükümetler ve işletmeler açısından uygulanması önem arz etmektedir.

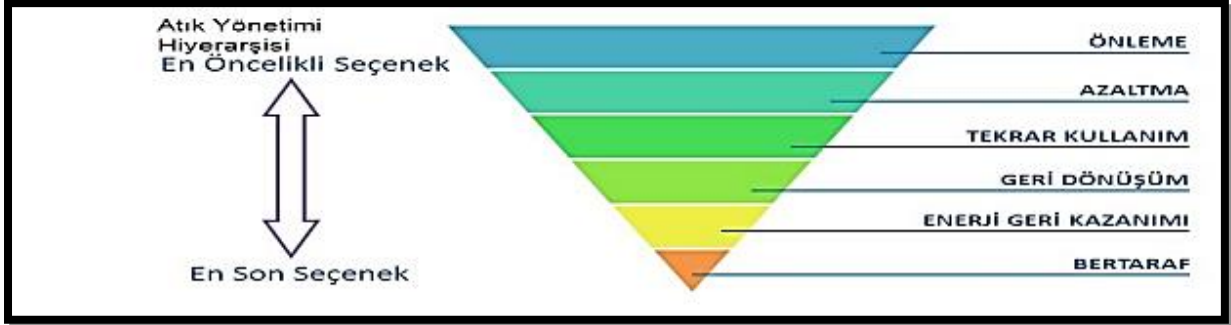
2.2. Atık Yönetimi

Günümüz insanlığı doğal kaynakları hızlı bir şekilde tüketmektedir. Tüketiciler yani insanlar tarafından kaynakların çılgınca tüketimine yetişebilmek noktasında mal ve hizmet üreten işletmelerin doğal kaynakları zarar verici eylemleri gün geçtikçe artmaktadır. Yapay üretim ve kaynakların hızla tüketimi tüm canlıların ve doğanın olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma modelleri geliştirilmesi yardımıyla gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünyanın miras bırakılmasında özellikle işletmelere ve tüketicilere önemli sorumluluklar yüklemektedir. Atık yönetimi işletmeler tarafından uygulanan kurumsal sürdürülebilirlik politikaları açısından son derece önemlidir. Atık yönetimine göre atığı bir çöp olarak görülmesi yanlış bir yaklaşımdır. Atığı kaynak olarak gören atık yönetimi, atığın oluşumunun önlenmesi, bu mümkün değilse azaltılması için çaba harcanması önerilmektedir (Tezel ve Yıldız, 2020). İmalat yapan işletmeler, üretim sürecinde çevresel kirlenmeye neden olmaktadır. İşletmelerin üretim girdisi olarak çevreye duyarlı malzemeler kullanmaları, üretim süreçlerinin ve ortaya çıkan atıkların çevreye zararını minimuma indirmeleri düz bir bakış açısıyla işletme maliyetlerini arttıran unsurlar olarak görülmektedir (Tatlı & Özer, 2022). Çevre Yönetimine ilişkin önlemler, 1970’li yıllara gelindiğinde atıkların kontrol altına alınması amacıyla su ve doğal kaynakların daha dikkatli kullanılması hükümetler tarafından gündeme alınmıştır (Ayaz Arda vd., 2018).

Atcı ve Ergülen (2020) yapmış oldukları akademik çalışmada, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standardının faydalarından bahsederken temel amacın doğada meydana gelen kirliliğin kaynaktan başlayarak kontrol altına alınmasından bahsetmişlerdir. Çevre Yönetimi uygulamaları sayesinde çevreye bırakılan atıkların azaltılabileceğini iddia etmişlerdir. Ayaz Arda ve diğerleri (2018), çevre yönetimi ile kalite yönetimini inceleyen ve bu iki modelin birlikte kullanılmasının önemini açıklamışlardır. İlgili çalışmada, Çevre Yönetiminin proje ağırlıklı bir sistem olduğu ve Kalite Yönetiminin ise süreç yönetimiyle ilgili olduğunun altı çizilmiştir. Kalite Yönetimi uygulamaları atıklara yönelik faaliyetlerin verimsiz hale gelmesini önlemeyi amaçlamaktadır. Çevre Yönetim uygulamaları ise, hava kirliliği ve katı atıklarla mücadeleye yoğunlaşmaktadır.

İşletmelerin sürdürülebilirlik uygulamaları arasında sıfır atık politikaları da yer almaktadır (Noyan, 2022). Atık Yönetimi kavramı farklı şekillerde bilimsel çalışmalara konu olmuştur. Örneğin, partiküller yardımıyla kirli havanın emilmesi sonucunda takı tasarımı geliştirilmesi, küçük don arılar üretmek şeklinde arıların bal üretimine yardımcı olmak, kullanılan şişeleri yeniden dönüşüme tabi tutarak sahillere bırakmak, enerji üretilmesinde

çöpleri kaynağa dönüşümden faydalanmak gibi örnekler atık yönetimi çalışmaları arasında yer almaktadır (Tezel & Yıldız, 2020). Atık azaltma işlemi ise, firmalar tarafından çevreye en uygun üretim malzemelerini seçimi sayesinde yenilenebilir kaynakların kullanımının yaygınlaştırılması ve zehirli emisyonların yok edilmesi amaçlanmaktadır (Tiltay vd., 2021). Atık Yönetim Hiyerarşisi Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Atık yönetim hiyerarşisi

Kaynak: Noyan, 2022: 38.

Şekil 1’de görüldüğü gibi atık yönetim hiyerarşisinde en öncelikli seçenek sırasıyla; önleme, azaltma, tekrar kullanma, geri dönüşüm sağlama, enerji geri kazanımı” şeklinde sıralanmıştır. Bu hiyerarşi de en son seçenek ise “bertaraf” şeklinde öngörülmektedir. Şekil 1’de gelişen süreci acıkmak yerinde olacaktır. Buna göre beş adımlı süreçte ilk hedef meydana gelebilecek atığın önlenmesidir. Bu mümkün değilse oluşan atığın azaltılması yoluna gidilmelidir. Yapılan tüm müdahaleye rağmen atık oluşmuşsa tekrar kullanılabilir olup olmadığına karar vermektir. Mümkün olduğu kadar atığın tekrar kullanılması atık yönetimi açısından önemlidir. Tekrar kullanımı mümkün olmayan atıklar birtakım işlemlerden geçirilmek koşuluyla geri dönüşüme tabi tutulur. Organik atıklar gibi geri dönüşümü mümkün olmayan malzemeler ise enerji geri kazanım işlemlerinden geçirilir. Piller ve elektronik atıklar gibi tehlikeli atıklar bertaraf edilmesi gereken atıklar arasında yer almaktadır. Tehlikeli atıklar insan ve çevre sağlığını korumak için bertaraf edilmelidir (Noyan, 2022).

Çalışmanın kavramsal sürecin incelenmesine yönelik önce çevre yönetimi sonra ise çevre yönetimi dâhilinde incelenen atık yönetimine değinilmiştir. Özellikle imalat işletmelerinde atık yönetimi konusu araştırılırken çalışma kapsamında kullanılan “sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk, çevre yönetimi ve atık yönetimi” kavramları işletme literatürü ekseninde incelenmiştir. Aslında çalışmanın çıkış noktası işletmelerde çevre yönetimidir. Çevre yönetiminin alt inceleme konu başlıkları arasında yer alan atık yönetimi ise çalışmanın kalbini oluşturmaktadır.

3. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Çalışmanın bu bölümünde işletmelerde çevre yönetimi ekseninde “sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk, çevre yönetimi ve atık yönetimi” kavramlarına ilişkin literatürde yapılan benzer çalışmalar incelenmiştir. Bu kapsamda literatürde daha önce yapılan benzer çalışmaların tamamına burada değinmek mümkün değildir. Araştırma konusunun pekiştirilmesi noktasında daha önce yapılan benzer araştırmalar aşağıda yer almaktadır.

De vd. (2020), Hindistan’da yer alan KOBİ’lerin (Küçük ve Orta Boy İşletmeler) atık yönetimi uygulamalarının finansal performansa etkilerini incelemiştir. Çalışmanın bulguları arasında, yalın üretim uygulamaları, iş süreçleri etkinliği ve çevresel yönetim uygulamalarının birlikte KOBİ’lerin finansal performansını olumlu etkilediğini ortaya çıkartılmıştır. Ayrıca, tersine lojistik (atık yönetimi) uygulamalarının finansal performans arasında zayıf bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu duruma göre, süreç optimizasyonu ve dönüştüremeyen enerji kullanımının azaltımı KOBİ’lerin finansal performansını arttırdığı tespit edilmiştir. Fakat atık azaltımının (yeniden kullanma ve geri dönüşüm) finansal performansı olumsuz şekilde etkilediği fark edilmiştir. Buna gerekçe olarak, atık yönetimi uygulamaları için firmaların daha yüksek sermaye ve işletme maliyetine duyulan ihtiyaç gerekçe gösterilmiştir.

Ayaz Arda ve Aslan (2020), endüstriyel firmaların çevreye vermiş oldukları zararların işletmelerin merkezinde çevre yönetimi uygulamaları sayesinde azaltılabileceği iddiasını ortaya atmışlardır. Dey ve diğerleri (2018), işletmelerde çevre yönetimi ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri birlikte uygulandığında; çalışanların etik davranışlar sergileme, yaşam kalitesini yükseltme gibi faydalarından bahsetmişlerdir. Noyan (2002) yapmış olduğu bilimsel çalışmada; sıfır atık, daha az sera gazı ve karbon salınımı, biyoçeşitliliğin muhafaza edilmesi, denizde yaşayan canlıların korunması, organik üretim gibi işletmeler tarafından alınan önlem ve faaliyetlerin işletmelerin sürdürülebilir uygulamaları arasında yer aldığını ifade etmiştir..

Bayhan ve Görücü (2020), sağlık işletmelerinde atık yönetimini (tersine lojistik süreçleri) inceledikleri çalışmada; hastanelerde atıkların azaltılması için daha fazla önlem alınması gerektiği konusuna dikkat çekmişlerdir. Hastane yönetici ve çalışanlarının atık yönetimi konusunda yeterli bilinç düzeyini sahip olmadıkları, denetimin yetersiz kalması, atık yönetim ilkelerine yeterince riayet edilmemesi gibi nedenlerle hastanelerde tıbbi atık yönetimi uygulamalarının başarısızlıkla sonuçlandığı tespitinde bulunmuşlardır. Aytaç (2019), Bist Sürdürülebilir Endeksinde yer alan firmaların kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin incelenmesine yönelik ampirik bir çalışma yürütmüştür. İlgili çalışmada, halka açık firmaların çevre yönetimi konusunda sosyal sorumluluk projeleri geliştirildiği tespit edilmiştir. İyicil

(2021), çalışma kapsamında incelenen firmaların sadece %40'ının çevre yönetimi uygulamaları konusunda toplumu bilinçlendirdiği ve bu oranın da yetersiz olduğunu iddia etmiştir. Macit ve Aytar (2021), işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini çevre yönetimi ekseninde kurumsallaştırarak iş süreçlerine entegre etmeleri gerektiğinin altını çizmişlerdir.

4. YÖNTEM

İmalat işletmelerinde son yıllarda atık yönetimi son derece önem kazanmıştır. İşletmelerin özellikle de imalat işletmelerinin seri üretime bağlı olarak meydana getirdikleri atıkların durumunun ne olacağı konusunun gündeme getirilmesi çevre yönetimi uygulamaları yönünden oldukça hassas bir konudur. Atık yönetiminde birinci sırada atıkların engellenmesi yer almaktadır. Böyle bir imkânın olmaması halinde mutlaka bir çözüm önerisi geliştirilmelidir. Bu çalışmanın içeriğinde sorunun kaynağı ve ne tür çözüm önerileri geliştirilmesi gerektiği konusunda gerekli açıklamalar yapılmıştır. Çalışma nitel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Çalışma kapsamında ilk olarak konuyla ilgili kavramlar açıklanmıştır. Daha sonra literatürde yer alan öncüllerine (literatür taraması) yapılarak konu pekiştirilmiştir.

Çalışmanın bulgularına ulaşılmasına yönelik iki aşamalı bir yol izlenmiştir. İlk olarak 2018-2022 yılları arasında “imalat işletmelerinde atık yönetimi” söz grubuna ilişkin yerli literatürde ve “waste management in manufacturing enterprises” yabancı literatürde yapılan çalışmalar incelenmiştir. Özellikle bilimsel çalışmalar çalışma kapsamında esas alınmıştır. Bilimsel çalışmalara ilişkin verilere ulaşım konusunda <https://scholar.google.com/schhp?hl=tr>, <https://www.researchgate.net/> ve <https://www.sciencedirect.com/> arama motorlarından faydalanılmıştır. İkinci aşamada ise Türkiye’de halka açık ve en büyük elli firma arasında yer alan imalat işletmeleri “Arçelik, Ford Otosan, Petkim ve Şişe Cam” firmalarının atık yönetimine ilişkin faaliyetleri ortaya konulmuştur. Veriler Mayıs-Ağustos 2022 dönemini kapsayan dört aylık bir süreci kapsamaktadır. Çalışma ekseninde ikinci verilerden faydalandığı için “etik kurul izni” alınması gerekli görülmemiştir.

5. BULGULAR

İki aşamalı olarak yürütülen çalışmada ilk olarak 2018-2022 yılları arasında literatürde yer alan çalışmalara Tablo 2’de yer verilmiştir. İkinci aşamada Arçelik, Ford Otosan, Petkim ve Şişe Cam firmalarının 2021 Faaliyet ve Sürdürülebilirlik Raporları’nda atık yönetimine ilişkin faaliyetlerine yer verilmiştir (Tablo 3).

Tablo 2. İmalat işletmelerinde atık yönetimine ilişkin yapılan ampirik çalışmalar

Sıra No	Kaynak	Açıklama
1	Tunacan, Nizam & Tezcan, (2020).	Çalışma kapsamında tersine lojistik kavramı işletmeler açısından uygulama alanları incelenmiştir. Tersine lojistik uygulaması sayesinde atıkların yeniden dönüşümleri açıklanmıştır. Özellikle demir çelik sektörünün atık kullanımında önde gelen sektörler arasında yer aldığı için çalışmanın örneklem gurubunu demir çelik firmaları oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde, firmalarda uygulanan tersine lojistik faaliyetlerinin işletmelerin çevre politikalarına pozitif katkı sağladığı ve sürdürülebilir kaynak ve enerji kullanımını destekleyeceği öngörülmektedir.
2	Tatlı & Özer, (2022).	Çalışma kapsamında imalat işletmelerinde çevre koruma uygulamalarının performanslarına etkilerinin incelendiği çalışmanın anakütlesini Erzurum, Erzincan ve Bayburt'ta faaliyette bulunan imalat işletmeleri oluşturmaktadır. Bu illerde yer alan imalat işletmelerinin çevre politikalarına sahip olup olmadıklarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; işletmelerin prosedüre dayalı uygulamaları, genel çevre uygulamaları, müşteri baskısı, değerlere dayalı yönetim uygulamaları, genel çevre yönetimi uygulamaları ile operasyon performansları arasında pozitif bir etkileşim olduğu tespit edilmiştir.
3	Aveleru, Dloya, Akinribide, Ntuli, Kupolati, Marina, & Olubambi (2020).	Afrika'da plastik atık üretimi yapan imalat işletmelerine yönelik bir çalışma yürütülmüştür. Günümüzde karada ve denizde görülen plastik atıklar sıkça gündeme gelmektedir. Akut plastik atıklarının insan sağlığı için ve küresel çevre üzerindeki olumsuz etkileri incelenmiştir. Gelişmekte olan kıta Afrika'sında plastik atık yönetiminin çevre ve ekonomik yönden faydaları bulunmaktadır. Afrika plastik üretimi kentleşme başta olmak üzere birçok faktörden etkilenmektedir. Afrika nüfusu 2019 yılında 1 milyar civarındadır. Üretilen atık miktarı ise 180 milyon/ton seviyesindedir. Kişi başına düşen günlük atık miktarı %0,5 ve yıllık geri dönüşüm atık miktarı ise 17 milyon/ton civarındadır. Çalışma kapsamında Afrika halkının plastik atık yönetimine ilişkin hükümet uygulamalarının ve imalat işletmelerinden kaynaklı atıkların geri dönüşümüne ilişkin görüşlerine başvurulmuştur. Hükümet ve işletmelerin atık üretiminin önlenmesine yönelik ne tür tedbirler alınması gerektiği vurgulanmıştır.
4	Bogomolova, Kotarev, Prostenko, Dobrunova & Chugay, (2019).	Et üretimi yapan işletmelerin kaynak tasarruflu atıksız üretim tekniklerinden faydalanarak iş performanslarını iyileştirmelerini inceleyen çalışma, kaynakların tasarruflu kullanımını vurgulanmıştır. Birçok bilim insanı, kaynak yönetimi sürecini ve üretim yönetim sistemine yalın bir yaklaşımın özünü hesaba katmadan, yalnızca maddi ve finansal bileşenleri dikkate almaktadır. Kaynak verimliliği yönetimi süreci, kullanılmış ürünlerin kalite yönetim sistemini ve teknolojik sürecini iyileştirebilir, nakliye, lojistik ve depolama koşullarını (hammadde, gıda, ürünler) ve çevresel önlemleri düzenleyebilir. Kaynak tasarrufu stratejisi, sonuçta ortaya çıkan faydalı etkinin birim başına kaynak tüketiminde kalıcı bir azalma sağlar. Ayrıca, bu çalışmada, tarımsal sanayi sektöründe kaynak tasarrufunun temel alanları detaylandırılmaktadır. Et üretim alanında faaliyet gösteren işletmelerin atıklarının kaynak tasarrufu stratejisi sayesinde dönüşümünün mümkün olduğunu savunmuştur.
5	Leksic, Stefanic & Veza (2020).	Çalışma kapsamında; yalın ve yeşil üretimin son yıllarda batı ülkelerinde yer alan imalat işletmelerince benimsendiği görülmektedir. Yeni iş modelleri, Taicci Ohno'nun geliştirmiş olduğu sekiz atık bölümlemesi sayesinde yalın araçlar yardımıyla atık israfını ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Bazı imalat işletmeleri atık azaltma yöntemlerini başarıyla uygularken bazı imalat işletmeleri henüz istenen seviyeye gelememiştir. Atık birikimiyle mücadelenin en önemli silahı olan yalın ve yeşil araçların yanlış kullanımından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Çalışma kapsamında israf türlerinin azaltılması için en güçlü yalın araçların işletme stratejilerinde nasıl uygulanacağına ilişkin tavsiyede bulunulmuştur. Bu çalışmanın konsepti, her bir israf kategorisinin azaltılması için en iyi yalın araç kutusunu tanımlamak ve yalın araçların uygulanmasının doğru sıralamasını belirlemektir. Çoklu regresyon modeli, Kaizen, 5S, Kanban, Takt Time, Hejunka tekniklerinin en iyi atık yönetimi teknikleri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bununla birlikte, 5S, Kaizen, Kanban, Poka-Yoke ve TPM yöntemlerinin uygulanmasının, imalat işletmelerinde yalın üretim girişiminin başlatılması için şiddetle tavsiye edilmiştir.

Değirmenci, B.

2018-2022 yılları kapsayan süreçte “imalat işletmelerinde atık yönetimi” söz grubuna ilişkin yapılan incelemede ikisi yerli üçü yabancı olmak üzere toplam beş bilimsel çalışmaya ulaşılmıştır (Tablo 2).

Tablo 3’te ise BİST 50’de işlem gören imalat firmalarının atık yönetimine ilişkin faaliyetlerine yer verilmiştir.

Tablo 3. BİST 50’de işlem gören imalat firmaları

Sıra No	Firma Adı	Faaliyet Alanı	Kaynak
1	Arçelik	Beyaz eşya ve Elektrikli Araçlar İmalatı	Arçelik 2021 Sürdürülebilirlik Raporu’ndan erişim sağlanmıştır.
Açıklama	Arçelik firmasının 2021 Sürdürülebilirlik Faaliyet Raporundan elde edilen bilgilere göre Atık Yönetimi’ne ilişkin faaliyetler aşağıda sıralanmıştır: 1. British Standard Institution (BSI) İngiltere Standart Enstitüsü tarafından atık yönetimine yönelik çevresel standartlara uyumu gösteren “AA10000AS” orta düzeyde bir yeterlilik belgesi alınmıştır. 2. Firma atık su arıtma ve yağmur suyu toplama sistemleri geliştirmiştir. Bu sistemin geliştirilmesine yönelik yeşil fabrika olarak adlandırılan tesisler kurulmuştur. 3. Firma tarafından sürdürülebilir odaklı üretim sürecinde, geri dönüştürülen plastik şişelerden “Pet Tub” çamaşır makinesi üretilmiştir. BioFridge buzdolabı olarak tarif edilen ürün bio-kompozit malzemeyle üretilmiştir. Parçaları çay posalarından ve kahve atıklarından meydana gelen Bio Ailesi Çay ve Kahve Makinesi üretilmiştir. 4. Firma tarafından “atık balık ağları ve sentetik ipliklerden çamaşır makinesi, fırın ve bulaşık makinesi parçaları” üretilmektedir. 5. Şirket bünyesinde, “atık elektrikli ve elektronik eşya geri dönüşüm tesisleri” bulunmaktadır. 6. Ambalaj atıklarından geri dönüştürülerek, buzdolabı ve bulaşık makinesi plastik parçaları üretilmektedir.		
2	Ford Otosan	Kamyon, Minibüs, Kamyonet ve Binek Otomobil gibi motorlu kara nakil araçlarının üretimi, montajı, üretilen araçlara ilişkin parçaların imalatı ve üretilen araçların satışı	Ford Otosan Firmasının İnternet Sitesinde yer alan 2021 Sürdürülebilirlik Raporundan atık yönetimi bilgilerini ulaşılmıştır.
Açıklama	Ford Otosan firmasının 2021 Sürdürülebilirlik Faaliyet Raporundan elde edilen bilgilere göre Atık Yönetimi’ne ilişkin faaliyetler aşağıda sıralanmıştır: 1. Firma çevresel sorumluluk kapsamında, imalat esnasında meydana gelen atığın dönüşüm yoluyla yeniden kullanımı, hayat döngünü tamamlayan malzemelerin toplanması ve geri dönüşüm işlemleri gerçekleştirilmektedir. Sıfır Atık Politikasıyla döngüsel bir ekonominin alt yapısı oluşturulmaktadır. 2. Yalın Üretim: İmalat sürecinde doğal kaynak kullanımının ve atık oluşumunun minimize edilmesi hedeflenmektedir. Atığın dönüştürülmesi için çaba sarf edilmektedir. 3. 2021 yılında firma, tedarikçilerle birlikte süreç iyileştirme çalışmalarına başlamıştır. Bu doğrultuda, imalat esnasında kullanılan ambalajların atık olmaktan kurtulması için tedarikçilerle işbirliği yapılmaktadır. 4. Firma tüm tesislerinde “Sıfır Atık Sertifika”sına sahiptir. 5. Firma “Yeşil Paketleme Projesi” gerçekleştirmiştir. Bu projeye göre, tedarikçilerden gelen malzeme ambalajlarının azaltılması, çevreci ürüne geçme konusunda politikalar geliştirilmekte ve tek kullanımlık plastiklerin kullanımı azaltılmaktadır (Finansal Etki). 6. Firma Atık Yönetimi Politikaları kapsamında, “Sıfır Atık Temel Seviye Belgesi” almıştır. 7. Elektrikli araçlarda kullanılan bataryaların yaşam döngüsü tamamlandığı andan itibaren geri dönüşüm işlemleri başlatılmıştır.		

3	Petkim	Petrokimyasal hammadde üretimi	Petkim 2021 Sürdürülebilirlik Raporu'nda Atık Yönetimi'ne ilişkin bilgilere ulaşılmıştır.
Açıklama	<p>Firma tarafından Atık Yönetimi'ne ilişkin uygulamalar aşağıda sıralanmıştır:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Firma bünyesinde, LDPE fabrikasında atık plastiklerin kimyasal geri dönüşümü sayesinde petrokimya girdisi hammaddesi dönüşümü sağlanmaktadır. 2. STAR atık giderme ünitelerinde atık suların etkin bir biçimde arıtılması ile sıfır karbon uygulamaları ve temiz enerji kullanımını hedefleyen projeler geliştirilmiş ve uygulanmıştır. 3. LOUISE Projesi; taşımaya ve depolamaya veya kullanıma hazır konsantre bir CO₂ akışı sağlayarak, katı atık türevli yakıtların dönüştürülmesine yönelik yenilikçi bir sürecin, yani Kimyasal Döngü Yakma (Chemical Looping Combustion-CLC) için yenilikçi bir sürecin ticari öncesi gösterimine hazırlanmasını amaçlayan LOUISE projesi UFUK 2020 hibe programı tarafından fonlandı. 4. Atık yönetimi faaliyetlerimiz kapsamında Atık Yakma Ünitesi gibi projeler için toplamda 1.681.039 TL yatırım, 2021 yılında yapılmıştır. 5. Deniz kirliliğiyle mücadele kapsamında yürütülen projeler: <ul style="list-style-type: none"> *Star Deniz Deşarj Noktası iyileştirme Projesi, *İskele 4 ve Deniz Deşarj Aydınlatma Projesi, *Deniz tipi bariyer temini projesi. 5. Atık Yönetim Sistemleri Geliştirme Projeleri: <ul style="list-style-type: none"> *Atık Yakma Ünitesi Genel İyileştirme Yatırımları, *Star Geçici Depolama Alanı Yatırımı. 6. Sokak Hayvanları İçin Atık Malzemelerden Kulübe Yapımı projesi hayata geçirilmiştir. 		
4	Şişecam	Sermaye ve yönetime iştirak alanında faaliyetlerini yürütmektedir.	Şişecam 2021 Sürdürülebilirlik Raporu'nda yer alan Atık Yönetimi uygulamalarına ulaşılmıştır.
Açıklama	<p>Firma tarafından atık yönetimine ilişkin önlemler şu şekildedir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gelişmiş fırın kontrolü teknolojileri, atık ısı geri kazanımı ve geri dönüştürülmüş cam kullanımının artırılmasına yönelik fırsatları tasarım aşamasından itibaren değerlendirilmektedir. 2. BASALIA projesinin hayata geçirilmesiyle atık yönetimi, kirlilik önleme ve azaltımı konusunda çalışmalar yürütülmektedir. 3. ŞİŞECAM CAM AMBALAJ Yenişehir tesisinde, füzyon kanallarında toplanan atık sular analiz edilerek atık suyun cam içerdiği belirlenmiştir. Kanallarda toplanan atıklar kurutulmuş ve fırınlarda kullanılmaya başlanmıştır. 4. ŞİŞECAM DÜZCAM, Bulgaristan'daki tesiste lamine cam ve kaplamalı cam üretiminden kaynaklanan atık sular geri kazanılarak üretimde demineralize su olarak kullanılmaktadır. Böylece temiz su tüketiminde 11.799 m³'lük su tasarrufu sağlanmıştır. Ayrıca 8.661 m³ daha az atık su oluşmuştur. 5. ŞİŞECAM EV EŞYASI projesi, Kırklareli'de yer alan tesiste, ters ozmoz ünitesinin atıksuları yer altı su depolama tankında depolanarak üretimde proses suyu olarak kullanılmak üzere yumuşatma ünitesine gönderilmekte veya yangın hatlarının yapımında kullanılmaktadır. Böylece 100 m³/günlük bir tasarruf sağlanmıştır. 6. "True Cost of Waste" modeliyle değer zincirimiz içinde oluşan proses çıktıları ve atığı, hayat boyu bakış açısıyla enerji, zaman ve kaynak açısından oluşturduğu gerçek maliyetiyle analiz edilmektedir. 7. Cam Ambalaj Mersin tesisinde atık oluşumunun önüne geçmek amaçlı yürütülen, 2021 Kaizen Projesi sonucunda Tehlikeli Atık Kapsamında olan Füzyon Balçığı atık miktarını %22,5 oranında azaltırken atık ambalajlama, nakliye ve bertaraf maliyetlerinden 353.930 TL tasarruf sağlanmıştır. 8. Cam Ambalaj Mersin tesisi: Atık Harmanı, üretimde yeniden kullanılarak toplam 904 ton atığın 783 tonunu geri kazanıldı ve 526 bin TL tasarruf sağlandı. 		

Literatürde imalat işletmelerinde atık yönetimine ilişkin 2018-2022 yılları arasında yer alan çalışmalar incelendiğinde toplam beş çalışmaya ulaşılmıştır. Bunlar; "Tunacan, Nizam ve Tezcan (2020)", "Tatlı ve Özer (2022)", "Avelerü, Dloya, Akinribide, Ntuli, Kupolati, Marina,... ve Olubambi (2020)", "Bogomolova, Kotarev, Prostenko, Dobrunova ve Chugay, (2019)", "Leksic, Stefanic ve Veza (2020)" yer almaktadır. Tunacan ve diğerleri (2022) yılında

yapmış olduğu çalışmada, demir çelik sektöründe uygulanan tersine lojistik faaliyetlerinin işletmelerin çevre politikalarına pozitif katkı sağladığı tespit edilmiştir. Tatlı ve Özer (2022), işletmelerin prosedüre dayalı uygulamaları, genel çevre uygulamaları, müşteri baskısı, değerlere dayalı yönetim uygulamaları, genel çevre yönetimi uygulamaları ile operasyon performansları arasında pozitif bir etkileşim olduğu tespit edilmiştir. Aveleru ve diğerleri (2020), çalışma kapsamında Afrika halkının plastik atık yönetimine ilişkin hükümet uygulamalarının ve imalat işletmelerinden kaynaklı atıkların geri dönüşümüne ilişkin görüşlerine başvurulmuştur. Hükümet ve işletmelerin atık üretiminin önlenmesine yönelik bir takım önlemler alınması gerektiğinin altı çizilmiştir. Bogomolova ve diğerleri (2019), kaynak verimliliği yönetimi sürecinin, kullanılmış ürünlerin kalite yönetim sistemini ve teknolojik sürecini iyileştirebilir, nakliye, lojistik ve depolama koşullarını (hammadde, gıda, ürünler) ve çevresel önlemleri düzenleyebileceği savunulmuştur. Leksic, Stefanic ve Veza (2020), Çoklu regresyon modeli, Kaizen, 5S, Kanban, Takt Time, Hejunka tekniklerinin en iyi atık yönetimi teknikleri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bununla birlikte, 5S, Kaizen, Kanban, Poka-Yoke ve TPM yöntemlerinin uygulanmasının, imalat işletmelerinde yalın üretim girişiminin başlatılması için şiddetle tavsiye edilmiştir.

Çalışmanın ikinci kısmında Borsa İstanbul 50’de işlem gören imalat işletmelerinin 2021 yılında yayınlamış oldukları sürdürülebilirlik ve faaliyet raporları incelenmiştir. Arçelik, yeşil fabrikalar kurmuştur. Bu tesislerde özellikle atık su arıtma ve yağmur suyu toplama uygulamalarına yer verilmektedir. Firma tarafından sürdürülebilir odaklı üretim sürecinde, geri dönüştürülen plastik şişelerden “Pet Tub” çamaşır makinesi üretilmiştir. BioFridge buzdolabı olarak tarif edilen ürün bio-kompozit malzemeyle üretilmiştir. Parçaları çay posalarından ve kahve atıklarından meydana gelen Bio Ailesi Çay ve Kahve Makinesi üretilmiştir.

Ford Otosan, Yalın Üretim uygulamaları ile imalat sürecinde doğal kaynak kullanımının ve atık oluşumunun minimize edilmesi hedeflenmektedir. 2021 yılında firma, tedarikçilerle birlikte süreç iyileştirme çalışmalarına başlamıştır. Bu doğrultuda, imalat esnasında kullanılan ambalajların atık olmaktan kurtulması için tedarikçilerle iş birliği yapılmaktadır. Ford Otosan tüm tesislerinde, “Sıfır Atık Sertifika” sına sahiptir. Firma “Yeşil Paketleme Projesi” gerçekleştirmiştir. Bu projeye göre, tedarikçilerden gelen malzeme ambalajlarının azaltılması, çevreci ürüne geçme konusunda politikalar geliştirilmekte ve tek kullanımlık plastiklerin kullanımı azaltılmaktadır (Finansal Etki). Elektrikli araçlarda kullanılan bataryaların yaşam döngüsü tamamlandığı andan itibaren geri dönüşüm işlemleri başlatılmıştır.

Petkim, STAR atık giderme ünitelerinde atık suların etkin bir biçimde arıtılması ile sıfır karbon uygulamaları ve temiz enerji kullanımını hedefleyen projeler geliştirilmiş ve uygulanmıştır. LOUISE Projesi; taşımaya ve depolamaya veya kullanıma hazır konsantre bir CO₂ akışı sağlayarak, katı atık türevli yakıtların dönüştürülmesine yönelik yenilikçi bir sürecin, yani Kimyasal Döngü Yakma (Chemical Looping Combustion-CLC) için yenilikçi bir sürecin ticari öncesi gösterimine hazırlanmasını amaçlayan LOUISE projesi UFUK 2020 hibe programı tarafından desteklenmiştir. Petkim 2021 yılında, “Atık Yönetimi” faaliyetlerimiz kapsamında Atık Yakma Ünitesi gibi projeler için toplamda 1.681.039 TL yatırım, 2021 yılında yapılmıştır. Sokak Hayvanları İçin Atık Malzemelerden Kulübe Yapımı projesi hayata geçirilmiştir.

Şişe Cam, BASALIA projesinin hayata geçirilmesiyle atık yönetimi, kirlilik önleme ve azaltımı konusunda çalışmalar yürütülmektedir. ŞİŞECAM CAM AMBALAJ Yenişehir tesisinde, füzyon kanallarında toplanan atık sular analiz edilerek atık suyun cam içerdiği belirlenmiştir. Kanallarda toplanan atıklar kurutularak fırınlarda kullanılmaya başlanmıştır. ŞİŞECAM DÜZCAM, Bulgaristan’daki tesiste lamine cam ve kaplamalı cam üretiminden kaynaklanan atık sular geri kazanılarak üretimde demineralize su olarak kullanılmaktadır. Böylece temiz su tüketiminde 11.799 m³’lük su tasarrufu sağlanmıştır. Ayrıca 8.661 m³ daha az atık su oluşmuştur. ŞİŞECAM EV EŞYASI projesi, Kırklareli’de yer alan tesiste, ters ozmoz ünitesinin atıksuları yer altı su depolama tankında depolanarak üretimde proses suyu olarak kullanılmak üzere yumuşatma ünitesine gönderilmekte veya yangın hatlarının yapımında kullanılmaktadır. Böylece 100 m³/günlük bir tasarruf sağlanmıştır. “True Cost of Waste” modeliyle değer zincirimiz içinde oluşan proses çıktıları ve atığı, hayat boyu bakış açısıyla enerji, zaman ve kaynak açısından oluşturduğu gerçek maliyetiyle analiz edilmektedir. Cam Ambalaj Mersin tesisinde atık oluşumunun önüne geçmek amaçlı yürütülen, 2021 Kaizen Projesi sonucunda Tehlikeli Atık Kapsamında olan Füzyon Balçığı atık miktarını %22,5 oranında azaltırken atık ambalajlama, nakliye ve bertaraf maliyetlerinden 353.930 TL tasarruf sağlanmıştır. Cam Ambalaj Mersin tesisi: Atık Harmanı, üretimde yeniden kullanılarak toplam 904 ton atığın 783 tonunu geri kazanıldı ve 526 bin TL tasarruf sağlandı.

Arçelik (Beyaz eşya ve küçük ev aletleri), Ford Otosan (Araç üretimi), Petkim (Petrokimyasal hammadde üretimi), Şişe Cam (Cam imalatı) alanlarında faaliyet gösterdikleri ve işletme politikaları kapsamında atık yönetimi konusunda bir takım proje ve uygulamalarının bulunduğu tespit edilmiştir (Tablo 3).

6. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Günümüz dünyasında daha yaşanabilir bir dünyanın dizaynı ve gelecek kuşaklara daha yaşanabilir bir gezegen bırakılması noktasında, işletmelerin üretim süreçlerinde meydana gelen atıkların, “yalın üretim ve döngüsel üretim” uygulamalarıyla dönüşüm faaliyetleri kritik rol oynamaktadır. Çalışmanın çevre ekseninde geliştirilmesi ve atık yönetiminin çevre yönetimimin alt çalışma alanları arasında yer alması nedeniyle literatür taraması işletmelerde çevre yönetimi ve atık yönetimi kapsamında değerlendirilmiştir. İşletmelerin kurumsal sürdürülebilirlik kazanımı noktasında kurumsal sosyal sorumluluk ve buna bağlı çevre uygulamaları konuları daha da önemli hale gelmiştir. Literatürde çevresel sürdürülebilirlik, çevresel duyarlılık, çevresel sorumluluk, sosyal sorumluluk alanlarında ulaşılabilen çalışmalarda, atık yönetimi perspektifinde bu çalışma kapsamında incelenmiştir. Kurumsal sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma gibi başlıklar altında incelenen kavramlar bu çalışmada ise sürdürülebilirlik başlığı altında incelenmiştir. Kısaca açıklamak gerekirse, Atık Yönetimi kavramı açıklanırken işletmelerde sürdürülebilirlik ve işletmelerde işletmelerde uygulanan atık yönetimi çerçevesinde çalışma yürütülmüştür.

Şişe Cam firması “Gezegeni Korumak” sloganıyla atık yönetimi projelerine yön vermektedir. Petkim tarafından, atık yönetimi konusunda farkındalık oluşturulması için “Lets Do It Türkiye” 18 Eylül Dünya Temizlik Günü’ne ana sponsor olunmuştur. “Atıksız Bir Dünya” sloganına yönelik çeşitli şehirlerde etkinliklere katkı sağlanmıştır (Petkim 2021 Sürdürülebilirlik Raporu). Şişe Cam, iyi uygulama faaliyetleri kapsamında, Mersin Kromsan tesisimizde su jeti pompaların ısınmasını engelleyen soğutma suyu ham su deposundan sağlanmaktadır. Kullanılan su fabrika kanallarına gönderilmekte ve buradan atık su arıtma ünitesinde geri kazanılmakta ve yıkama suyu olarak kullanılmaktadır. Yılda 3240 m³ temiz su tasarrufu sağlanmıştır. Şişecam, iklim değişikliği kaynaklı temiz su kaynaklarında beklenen azalmanın farkındalığıyla, bu alanda önemli hedefler belirlenmiştir. 2030 yılında temiz su kullanımları, 2020 yılına oranla %15 düşürmeyi planlamaktadır. Bu kapsamda kapalı çevrim su soğutma sistemlerine geçiş yaparken, fabrikalarımızdaki çatı tipi yağmur suyu toplama sistemlerinin standartlaştırılması hedeflenmektedir. Ayrıca Şişe Cam tarafından Basalia Teknolojisini kullanarak Mersin’deki soda üretim fabrikasında yapılması planlanan yatırımlar sayesinde, çevresel uygulamalardan yararlanarak atık suları geri kazanmayı ve tesislerde temiz su kullanımını azaltılması planlanmaktadır. Bu proje, su döngüsü alanında endüstriyel simbiyoz örneklerinden biri olacaktır (Şişecam, 2021 Sürdürülebilirlik Raporu).

Çalışma 2018-2022 yılları arasında imalat işletmelerinde atık yönetimi konusunda yapılan akademik çalışmaların incelenmesi ve BİST 50’de işlem gören ve imalat sektöründe faaliyette bulunan Arçelik, Ford Otosan, Petkim ve Şişe Cam firmalarıyla sınırlandırılmıştır. Bundan sonra yapılması planlanan çalışmalara ilişkin birkaç tavsiyede bulunmak gerekirse, imalat işletmelerinde atık yönetiminde sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılması bu konuda daha fazla çalışma yapılması gerektiği düşünülmektedir. Literatürdeki boşluğu doldurmaya yönelik, yöneticiler, çalışanlar ve tüketicileri kapsayan bir takım akademik çalışmalar yürütülmelidir. Özellikle kavrama ilişkin yapılan nitel çalışmaların nicel çalışmalarla uygulamaya dökülmesi daha da önem kazanmıştır. Atık yönetimi sadece imalat işletmelerinin dikkat etmesi gereken bir konu değildir. Tüm kurumsal yapılar, küçük ve orta boy işletmeler, hükümetler, toplumu oluşturan bireyler, sivil toplum örgütleri konunun hassasiyetine yönelik daha duyarlı hareket etmelidir. Çalışma imalat sektörü ile sınırlandırılmıştır. Gelecekte yapılması planlanan çalışmaların farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletme faaliyetlerinin incelenmesi önerilmektedir. Farklı ülkelerde ve coğrafyalarda yapılan akademik çalışmaların yerli literatürde yapılan çalışmalarla mukayese edilmesinin literatüre olumlu katkısı olacağı düşünülmektedir. Diğer taraftan işletmelerin yıllar içerisinde atık yönetimine ilişkin uygulamalarının raporlanması ve farklı ülkelerde yer alan işletme faaliyetlerinin incelenmesi ve karşılaştırılma yapılması gerekmektedir. Bu gibi ihtiyaçlar ve literatürdeki boşluk dikkate alındığında bu çalışmadan elde edilen bulguların ardıllarına referans olacağı tahmin edilmektedir.

KAYNAKÇA

Akkuş, G., & Akkuş, Ç. (2018). Kış turizmi destinasyonu paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin algılarının nitel bir yöntemle çözümlenmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 117-135. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iibfdkastamonu/issue/34853/362266>

Arçelik (2022, Haziran 7). 2021 Faaliyet Raporu. https://www.arcelikglobal.com/media/6798/arcelik21_faaliyet_raporu.pdf

Atcı, F. (2020). *Çevre ve atık yönetiminde sıfır atık uygulamaları kapsamında atık toplama tesislerinin veri zarflama analizi ile etkinlik ölçümü* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi

Atcı, F., & Ergülen, A. (2020). Toplam Kalite, çevre ve sıfır atık yönetimi; yaklaşımlar, kazanımlar ve eleştiriler. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 299-328. <https://dergipark.org.tr/en/pub/cuiibfd/issue/60073/652882>

Ayaz Arda, Ö. & Aslan, T. (2020). Çevre yönetimi uygulamalarının örgütsel performansla ilişkisi üzerine bir araştırma: çevresel proaktifliğin aracılık etkisi. *BMIJ*, 8(3): 3582-3614, doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1516>

Ayeleru, O. O., Dlova, S., Akinribide, O. J., Ntuli, F., Kupolati, W. K., Marina, P. F., & Olubambi, P. A. (2020). Challenges of plastic waste generation and management in sub-Saharan Africa: A review. *Waste Management*, 110, 24-42

Aytar, O. (2019). BİST sürdürülebilirlik endeksinde yer alan şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri üzerine bir içerik analizi, *OPUS International Journal of Society Researches*, 18. ÜİK Özel Sayısı, 320-340. DOI: 10.26466/opus.583811

Bayhan, M., & Görücü, M. (2020). Bir sağlık işletmesinin atık yönetiminde tersine lojistik süreçleri, *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2) , 412-430. DOI: 10.47097/piar.833360

Bogomolova, I. P., Kotarev, A. V., Prostenko, A. N., Dobrunova, A. I., & Chugay, D. Y. (2019). Resource-saving waste-free production as an innovative method of improving enterprises' business performance in the meat production, *International Transaction Journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies*, 10(12), 10A12M

De, D., Dey, P. K., Ghosh, S. K., & Pappu, R. P. (2020). Impact of waste management practices of Indian small and medium-sized manufacturing enterprises on their financial performance. S. K. Ghosh (Ed.) *Sustainable Waste Management: Policies and Case Studies* (ss. 53-65). Springer.

Dey, P. K., Petridis, N. E., Petridis, K., Malesios, C., Nixon, J. D., & Ghosh, S. K. (2018). Environmental management and corporate social responsibility practices of small and medium-sized enterprises. *Journal of cleaner production*, 195, 687-702. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.201>

Ford Otosan (2022, Ağustos 8). 2021 Sürdürülebilirlik Raporu. https://www.fordotosan.com.tr/documents/Documents/Surd_Raporlari/2021_surdurulebilirlik_raporu.pdf

İyicil, A. G. (2021). Bist şirketlerinin dijital kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 70-81. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tarsusiibfdergisi/issue/66078/1021614>

Koçyiğit, Ç. S., & Gök, G. (2019). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS): Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluk algı düzeylerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma*. Ankara, İksad.

Leksic, I., Stefanic, N., & Veza, I. (2020). The impact of using different lean manufacturing tools on waste reduction. *Advances in Production Engineering & Management*, 15(1). <https://doi.org/10.14743/apem2020.1.351>

Macit, N., & Aytar, O. A. (2021). Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları benzer temalar üzerine mi yoğunlaşmaktadır? Bist 100 şirketleri üzerine bir araştırma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 43-66.

Noyan, E. (2022). İşletmelerde sürdürülebilirlik uygulamaları. *Euroasia Journal of Social Sciences & Humanities*, 9(27), 19-28. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7038639>

Petkim (2022, Eylül 2). 2021 Sürdürülebilirlik Raporu, https://www.socar.com.tr/docs/default-source/investor-relations/socar-tr-surdurulebilirlik_raporu2021.pdf?sfvrsn=65b9966e_11

Scarpellini S, Valero-Gil J, Moneva JM, Andraeus M. (2020). Environmental management capabilities for a "circular eco-innovation, *Bus Strat Env.*, 29: 1850–1864. <https://doi.org/10.1002/bse.2472> SCARPELLINI ET AL. 1863

Şişecam (2022, Ağustos 3). 2021 Sürdürülebilirlik Raporu, https://www.sisecam.com.tr/sites/catalogs/tr/Documents/sustainability/Sisecam_2021_Surdurulebilirlik_Raporu.pdf

Tatlı, Y., & Özer, G. (2022). İmalat işletmelerinin çevre koruma uygulamalarının performanslarına etkisinin belirlenmesi. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 11(21), 60-74

Tatlı, Y., & Özer, G. (2022). İmalat işletmelerinin çevre koruma uygulamalarının performanslarına etkisinin belirlenmesi. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 11 (21), 60-74. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gumusgjebs/issue/72466/1031778>

Tezel, Ö., Yıldız, E. (2020). Sürdürülebilir atık yönetimi uygulamalarında dünya ve Türkiye karşılaştırması: Edikab Örneği. *Social Sciences Research Journal*, 9(2), 35-48.

Tiltay, M. A. , Öz, M., & Tepe, M. E. (2021). Sürdürülebilir kalkınma amaçları bağlamında kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları: Türkiye’de mevcut durum ve eğilimler, *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8(2), 351-372. 10.17541/optimum.897786.

Tunacan, T., Nizam, T., & Tezcan, B. (2020). Tersine lojistik bakış açısı ile katı atık yönetiminin istatistiksel değerlendirmesi: Karabük bölgesi demir çelik sektör analizi. *Academic Platform-Journal of Engineering and Science*, 8(1), 41-48. Doi: 10.21541/apjes.522552

Turpcu, Y. (2021). İşletme misyonunun sosyal sorumluluk açısından incelenmesi: Bist 30 endeksi üzerine bir içerik analizi. *Journal of Academic Value Studies*, 7(4), 469-491. <http://dx.doi.org/10.29228/javs.51787>

Tüpraş (2022, Eylül 7). 2021 Sürdürülebilirlik Faaliyet Raporu, https://tprstaticfilessa.blob.core.windows.net/assets/uploads/srrapor/2021_tupras_surdurulebilirlik_raporu.pdf

Tüyen, Z. (2020). İşletmelerde sürdürülebilirlik kavramı ve sürdürülebilirliği etkileyen etmenler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 91-117. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iticusbe/issue/54570/743704>



Türkiye’de 1995-2018 Yılları Arasında Çevre Muhasebesine Yönelik

Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Osman Nuri ŞAHİN^{1*}, Süleyman VAROL²

Geliş Tarihi/Received Date: 26.09.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 17.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Çağlardan beridir süren dünyadaki ekolojik dengenin bozulması 18. ve 19. Yüzyıllardaki sanayi devrimleri ile birlikte hızını katlayarak artırmış ve çevre açısından bambaşka bir devir başlamıştır. Yaşanan gelişmeler ekolojik açıdan olumsuz etkilerin de boyutlarının katlanarak artması ile sonuçlanmıştır. Endüstrileşmenin odak noktası olması sonucu çevrenin korunması ikinci planda kalmış ve toprak, su ve hava kirliliği sonrası etkileri özellikle sonraki yüzyıllarda hissedilecek, dünya yaşamını tehlikeye sokacak sonuçlarla karşı karşıya kalmıştır. Bu durumun farkına varılması ile birlikte uluslararası çapta gerek devletler bazında gerekse uluslararası ve yerel kuruluşlar bazında önlemler alınmaya çalışılmaktadır. Bu durumun başlıca sorumlularından olan sanayileşen işletmelerin, üzerine düşeni yapma konusunda sosyal sorumluluk kavramı gereği muhasebeye önemli görev düşmektedir. Muhasebe bilimi hayatın her alanında olduğu gibi çevrenin korunması ve işletmelerin faaliyetlerinin çevreye etkilerinin belirlenerek, gerekli kararların alınarak adımların atılabilmesi açısından kilit bir role sahiptir. Bu kapsamda diğer alanlarda çalışıldığı gibi muhasebe alanında çevre muhasebesi kavramı ortaya çıkmış ve konu üzerine bilimsel çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmada çevre muhasebesine yönelik Türkiye’de yapılan bilimsel çalışmalar incelenerek bibliyometrik analizi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çevre Muhasebesi, Çevre, Muhasebe, Çevre Maliyetleri, Sosyal Sorumluluk

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İşletme Bölümü, Orcid No: 0000-0002-6586-7073

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: osmannurisahin@yahoo.com

² Öğr. Gör., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Emlak Yönetimi Programı, Orcid No: 0000-0002-9940-4595

Bibliometric Analysis of the Academic Studies on Environmental Accounting in Türkiye Between 1995-2018

ABSTRACT

The deterioration of the ecological balance in the world, which has been going on for ages, increased its speed with the industrial revolutions in the 18th and 19th centuries, and a completely different era began in terms of the environment. The developments experienced have resulted in an exponential increase in the size of the negative ecological effects. As a result of being the focal point of industrialization, the protection of the environment has remained in the background and the effects of soil, water and air pollution will be felt especially in the following centuries, and the world has been faced with consequences that will endanger the life of the world. With the awareness of this situation, measures are being taken on an international scale, both on the basis of states and on the basis of international and local organizations. Due to the concept of social responsibility, accounting has an important role in doing their part in industrializing enterprises, which are among the main responsibilities of this situation. As in all areas of life, accounting science has a key role in protecting the environment and determining the effects of the activities of the enterprises on the environment, taking the necessary decisions and taking the necessary steps. In this context, as in other fields, the concept of environmental accounting emerged in the field of accounting and scientific studies on the subject began to be made. In this study, scientific studies on environmental accounting in Türkiye were examined and a bibliometric study was conducted.

Keywords: Environmental Accounting, Environment, Accounting, Environmental Costs, Social Responsibility

1. GİRİŞ

Çevre, insanoğlunun ve diğer canlıların yaşamları boyunca iç içe hayatını sürdürdüğü ekonomik, biyolojik ve kültürel sosyal ortama verilen isimdir. Başka bir deyişle çevre; doğal güç ve etkiler sonucu oluşan insanoğlunun da içinde bulunduğu ortama denilmektedir. Doğal çevre, insanın elinin değmediği, saf ve doğallığı ifade eden ortamdır. Yapay çevre olarak adlandırılan kavram ise insanoğlunun elinin değmesiyle yani beşeri yapımları da içinde barındıran ve doğal çevrenin de bir parçası olan ortamdır. İnsanoğlunun doğal çevreyi kullanarak kendine oluşturmaya çalıştığı yapay çevre, günümüz dünyasının en önemli tehditlerinden biri olan çevre kirliliğine yol açmıştır. İnsanlığın doğayı bilinçli ya da bilinçsiz şekilde kötü kullanımı sonucu

oluşan ve çeşitli çevre sorunlarının başında gelen çevre kirliliğini genel bir şekilde çevre denilen kavramın doğal olmayan yollarla yani insan müdahalesi sonucu oluşan ekosistem bozukluğu olarak tanımlanabilir.

İnsanoğlunun meydana getirdiği nüfus artışı; zamanla kentleşme, sanayileşme gibi gelişmelerin doğa ile iç içe olmasından dolayı çevre kirliliği körüklenmiştir. Bu gelişmeler sonucunda şirketlerin ve kurumların sosyal sorumluluk ilkesi gereği muhasebe de çevre kirliliği konusunu bünyesine dâhil etmek zorunda kalmış ve sonucunda çevre muhasebesi denilen kavram ortaya çıkmıştır (Taşdemir 2011). Muhasebenin sosyal sorumluluktaki payı, kişisel çıkarları gözetmek yerine toplum çıkarlarını muhasebe işlemleriyle ve mali tablolar aracılığıyla gözetmektir. İşletmelerin faaliyetlerinde çevreye karşı sorumluluklarını gözardı etmeleri toplumu direkt olarak etkilemektedir. Bu açıdan muhasebe topluma karşı sosyal sorumluluk kavramı gereği çevre konusunda da işletmelere rehberlik sağlamalıdır. Bu çalışmada çevre muhasebesi kavramsak olarak ele alındıktan sonra Türkiye’de bu alanda yapılmış akademik çalışmalar incelenecektir.

2. ÇEVRE MUHASEBESİ

Dünya üzerinde hızlı nüfus artışı sonucu oluşan ve tüketime odaklanmış bir biçimde yaşayan insanoğlunun davranışları çevre sorunlarını doğurmuştur. Bu oluşan çevre sorunları da hızlı bir biçimde insanların dikkatini çekmiş ve doğada yeterli kaynak bulunmamasından dolayı insanlığı kötü anlamda etkileyen rekabet koşulları gereği, insanlığı dünyanın yok olacağı korkusu sarmıştır. Bu korku muhasebenin sosyal sorumluluk kavramını daha da önemli hale getirmiştir. Öte yandan meydana gelen bu çevre sorunları işletmeleri de olumsuz etkilemiştir. Meydana gelen çeşitli çevre sorunlarından kötü anlamda etkilenen işletmeler, sosyal sorumluluk ilkesinin de getirdiği gerekçelerle bu konuyu muhasebe sistemine de taşımak zorunda kalmışlardır. İnsanoğlu doğaya oluşturduğu zararların sonucunda yine kendi zarar görmektedir. Çevre sorunları da bu şekilde ortaya çıkmıştır ve bu sorunların üzerine bir nebze de olsa su dökmek için sosyal sorumluluk ve çevre muhasebesi birleştirilmiştir.

Çevre muhasebesi, işletmelerin alacağı kararların çevreye yönelik maliyetlerinin hesaplanabilmesi amacıyla geleneksel muhasebe ve finans ilkelerinin kullanılmasıdır. Temel olarak yaşadığımız dünyanın atalardan miras kalmadığı, sonraki nesil çocuklarından ödünç alındığı felsefesine dayanır (Özkoç, 1998). İşletmelerin çevre muhasebesi uygulamalarında finansal muhasebe, yönetim muhasebesi ve milli gelir muhasebesinden faydalanır.

Finansal muhasebe, işletme iç ve dış ilgililerine sunulacak finansal raporların hazırlanması sürecidir. Bu kapsamda çevresel muhasebe uygulamaları finansal muhasebe raporlarının bir parçası olarak sunulur. Yönetim muhasebesi işletme içi karar almada kullanılır. Alternatif olarak çevre muhasebesi, devlet kurumları tarafından ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasını ve ticari kararların ülkenin ekonomik refahını nasıl etkilediğini hesaplamak için kullanılır. Milli gelir muhasebesi ülkelerin gelirleri oluşturan faaliyetlerinin ölçülmesine denmektedir. Ülkenin üretim gelirleri ile harcamaları arasındaki karşılıklı ilişkisi ve ekonomik faaliyetlerin genel özeti milli gelir hesaplarıyla belirlenmektedir. Üretim açısından çevresel maliyetlerin bu çerçevede değerlendirilmesinde milli gelir muhasebesi gözönünde bulundurulabilir.

Çevresel maliyetlerin iyileştirilmiş yönetimi genellikle endüstri ve toplum için iyidir. Çevre muhasebesi çevresel maliyetlerin azaltılması yönündeki fırsatlarını belirlemek veya gelir akışı yaratan çevresel girişimleri desteklemek için kullanılır. Aynı zamanda çevre muhasebesi, doğal kaynakların çevresel ve operasyonel maliyetlerinin yönetimine yardımcı olmak için hayati bir araçtır.

Çevre muhasebecileri, şirket verileri veya hizmetleri üretmek için kullanılan hammaddelerle ilgili geçmiş veriler ve son trendler üzerine araştırmalar yaparak karar vericilerin enerji verimliliği hedefleri oluşturmalarına yardımcı olur. Bu muhasebeciler ayrıca şirket mal ve hizmetlerinde kullanılan hammaddelerin mevcudiyetini de takip ederler. Uygun hammadde ikamelerinin daha düşük yaşam döngüsü maliyetleri üretilip üretilmeyeceğini belirlemek için hesaplamalar yaparlar ve şirketlerinin mevcut uygulamalarıyla ilişkili çevresel etkileri azaltırlar. Çevre muhasebecileri, geleneksel enerji sistemlerini rüzgâr türbinleri ve yeni güneş shingle çatıları gibi alternatif sistemlerle değiştirmek için başabaş ve maliyet fayda analizleri yapan işletme uzmanlarıdır.

Çevre muhasebesinin bir diğer önemli rolü ise gösterilmeyen veya görünmeyen bilgilerin meydana getirilmesini sağlamasıdır. İşletmeler çevreye verdikleri zarara ilişkin gerçek bilgileri sergilemekten kaçınılmaktadırlar. Bu bağlamda çevre muhasebesi bu işletmelerin sosyal sorumluluk ilkesi çerçevesinde doğa dostu bir görünüm oluşturmalarını sağlamaktadır.

Ekolojik dengenin bozulması, küresel ısınmanın artması, su ve enerji kaynaklarının azalması gibi sebepler tüm disiplinleri etkilemiş, muhasebe biliminde de çevreyle ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Ülkemizde bu alandaki çalışmaların ne düzeyde olduğunu ortaya

konulması büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede ülkemizde çevre konusunda muhasebe alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması faydalı olacaktır.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırma Amacı

Bu çalışmada çevre muhasebesine yönelik Türkiye’de yapılan bilimsel çalışmaların incelenerek bibliyometrik olarak analizinin yapılması amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırma Kapsamı ve Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamını ulaşılabilen ilk kaynağın yayın yılı ve çalışmanın tamamlandığı yıl baz alınarak 1995-2018 yılları arasında Türkiye’de çevre muhasebesini konu edinen makale ve tez türündeki çalışmalar oluşturmaktadır. İnternet ortamındaki veritabanlarında çevre muhasebesine yönelik çalışmalar araştırılmış ve veriler toplanmıştır. Araştırmanın sadece internet ortamında ulaşılabilen çalışmaları kapsamı, yine internet ortamında araştırmanın yapılması sebebiyle yıl başlangıcının daha önceye gidememesi ve bazı kongre kitaplarının internet ortamında yayınlanmaması gibi nedenlerle kongre bildirilerinin, kitap bölümlerinin, kitapların kapsam dışı tutulması çalışmanın kısıtlarındandır.

Araştırmaya dahil edilen yayınlara ulaşabilmek için Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM), Google Akademik Dizini (Google Scholar), Akademik Sosyal Bilimler İndeksi (ASOSİNDEX), EBSCO Uluslararası Bilgi Servisi gibi veritabanları, tezler için ise Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi (YÖKTEZ) veritabanı kullanılmıştır. Araştırma sonucu 61 makale ve 34 teze ulaşılmıştır.

3.3. Araştırma Yöntemi

Çalışmada yöntem olarak Pritchard (1969) tarafından ortaya atılan bibliyometri kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz kullanılan çalışmalarda çalışma içeriğine konu belge veya yayınların özelliklerin analiz edilerek çeşitli bulgulara ulaşılması amaçlanmaktadır (Temizkan vd., 2015). Belli konularda yapılan çalışmaların değişik metodlar ile analiz edilmesi ve bilimsel araştırmaların değerlendirilmesini mümkün kılan çalışmalar bibliyometrik araştırmalar şeklinde tanımlanır (Coşkun vd., 2014). Böylece bilimsel çalışmalar, istatistikler ve sayısal analizler ile incelenmektedir (Borgman & Furner, 2002).

Bu çalışmada yapılan araştırma sonucunda araştırma kapsamına dahil edilen 1995-2018 yılları arasında Türkiye’de çevre muhasebesini konu alan 61 makale ve 34 tez Excel programına aktarılmış ve analiz edilerek yorumlanmıştır.

3.4. Bulgular

Araştırma kapsamına dahil edilen çevreyle ilgili olarak muhasebe alanında yapılan çalışmalar Tablo 1’de listelenmiştir.

Tablo 1. Çevre muhasebesi alanında yapılmış ulusal yayınlar

#	YAYIN				YAZAR			
	AD	YIL	DERGİ/ KURUM	İÇERİK TÜRÜ	YAYIN TÜRÜ	AD-SOYAD	UNVAN	KURUM
1	"Çevre Muhasebesi ve Nuh Çimento A.Ş.'de Çevre Muhasebesi Üzerine Pilot Bir Çalışma"	1995	"Anadolu Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Ümmühan Aslan		"Anadolu Üni."
2	"Çevre Muhasebesi"	1998	"Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	A.Erdal Özkol	Dr.	"Dokuz Eylül Üni."
3	"Çevre Muhasebesi"	1998	"Sakarya Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Ahmet Vecdi Can Hilmi Kırloğlu	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Sakarya Üni."
4	"Çevre Muhasebesi ve Çevresel Maliyetler"	2001	"Selçuk Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ali Alagöz Baki Yılmaz	Dr. Öğr. Üyesi Ar. Gör.	"Sakarya Üni." "Sakarya Üni."
5	"Çevre Muhasebesi ve Çevresel Maliyetlerin Üretim Maliyetlerine Etkileri Üzerine Bir Araştırma"	2001	"Mustafa Kemal Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Zeynep Melek Mehmet Özbirecikli	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Mustafa Kemal Üni."
6	"Çevre Muhasebesi Uygulamaları, Muhasebecilerin Çevre Sorunlarına Karşı Tutumları Ve ISO 14000 Belgeli Kuruluşlarda Bir Araştırma (Kimya İlaç Sektörü)"	2002	"İstanbul Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Nursen Karakaş Lerzan Akün Kavut	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"İstanbul Üni."
7	"Belediyelerde Çevre Muhasebesi Uygulaması"	2003	"Sakarya Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Şule Kasapoğlu Hilmi Kırloğlu	Öğrenci Doç. Dr.	"Sakarya Üni."
8	"Çevre Muhasebesine Genel Bakış"	2004	"Selçuk Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ayşe Tansel Çetin Murat Özcan Rahmi Yüce	Arş. Gör. Arş. Gör. Arş. Gör.	"Gebze Teknik Üni." "Gebze Teknik Üni." "Gebze Teknik Üni."
9	"Çevre Muhasebesinde Çevre Maliyetlerinin Belirlenmesi Ve TÜPRAŞ' da Bir Uygulama"	2005	"Kocaeli Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	DR Tezi	Kamuran Soylu Vasfi Haftacı	Öğrenci Prof. Dr.	"Kocaeli Üni."
10	"Avrupa Birliği Ve Üye Ülkelerde Çevre Muhasebesi Uygulamaları"	2005	"Gazi Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	İtir Güney Semih Hüseyin Tokay	Öğrenci Prof. Dr.	"Gazi Üni."
11	"Çevre Maliyetleri Muhasebe Sistemi ve Bir Uygulama"	2005	"Afyon Kocatepe Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	DR Tezi	Ercüment Okutmuş Halim Sözbilir	Öğrenci Prof. Dr.	"Afyon Kocatepe Üni."

12	"Çevre Maliyet Muhasebesi Bilgi Sisteminin Geliştirilmesi ve Bir Uygulama"	2005	"Anadolu Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Mustafa Gül Adnan Sevim	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Anadolu Üni."
13	"Çevresel Muhasebede Kavramsal Tartışmaların Gelişimi ve Analizi"	2006	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Hilmi Kırloğlu Ahmet Vecdi Can	Prof. Dr. Doç. Dr.	"Sakarya Üni."
14	"Çevre Muhasebesi ve Mermer İşletmeleri Uygulaması (Ermaş Madencilik Tur. San. ve Tic. A.Ş. Örnek Uygulaması)"	2006	"Muğla Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Fatma Yağlı Recep Şener	Öğrenci Prof. Dr.	"Muğla Üni."
15	"Çevre Kirlenmesi ve Çevre Koruma Bağlamında Çevre Muhasebesinin Önemi"	2007	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Vasfi Haftacı Kamuran Soylu	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Kocaeli Üni."
16	"Otel İşletmelerinde Çevresel Muhasebe"	2007	"Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi"	Teorik & Kavramsal	Makale	B. Esra Aslanertik Işıl Özgen		"Dokuz Eylül Üni."
17	"Çevreci Şirket ve Çevre Muhasebesi"	2007	"Mali Çözüm Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ulaş Çakar	Öğr. Gör. Dr.	"Dokuz Eylül Üni."
18	"Çevreye Duyarlı Muhasebe"	2007	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Muhsin Çelik	Dr. Öğr. Üyesi	"Pamukkale Üni."
19	"Çevre Muhasebesi: Çevre Maliyetleri ve Çevre Raporlaması"	2007	"Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Hüseyin Ergin Ercüment Okumuş	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Dumlupınar Üni." "Akdeniz Üni."
20	"Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre Muhasebesi (I)"	2007	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ahmet Mutlu	Arş. Gör.	"Hitit Üni."
21	"Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre Muhasebesi (II)"	2007	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ahmet Mutlu	Arş. Gör.	"Hitit Üni."
22	"Çevre Kalitesi ve Çevre Muhasebesi"	2008	"Marmara Ü. İİBF Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Asaf Murat Altuğ	Arş. Gör.	"Marmara Üni."
23	"Çevresel Bilgilerin Muhasebesi ve Raporlanması"	2008	"Kocaeli Üniversitesi SBE Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Vasfi Haftacı Kamuran Soylu	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Kocaeli Üni."
24	"Sürdürülebilir Bir Çevre İçin Çevre Muhasebesi ve KOBİ'lere Yönelik Bir Araştırma"	2008	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	İbrahim Lazol Elif Muğal	Prof. Dr. Arş. Gör.	"Uludağ Üni." "Uludağ Üni." "Çukurova Üni."
25	"KOBİ'lerde Çevresel Maliyetlerin Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Öneri: Metal İşleme Sektöründen Bir Uygulama"	2008	"Ekoloji Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Ali Coşkun Nurcan Karaca	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi Öğr. Gör.	"Fatih Üni." "Fatih Üni."
26	"Türkiye Konaklama İşletmelerinde Çevre Muhasebesi ve AB Uygulamalarıyla Karşılaştırılması: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma"	2008	"Akdeniz Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Esra Kılıç Nilüfer Tetik	Öğrenci Doç. Dr.	"Akdeniz Üni."

27	"Çevresel Raporlama 2009 Rehberleri ve İşletme Çevresel Raporlarında Açıklanması Gereken Bilgiler"	2009	"Süleyman Demirel Ü. İİBF Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Hikmet Ulusan	Dr. Öğr. Üyesi	"Bozok Üni."
28	"Sürdürülebilir Kalkınmada Çevre Muhasebesinin Etkileri"	2009	"Atatürk Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	İhsan Yıldıztekin	Dr. Öğr. Üyesi	"Atatürk Üni."
29	"Çevre Muhasebesi ve Çevre Maliyetlerinin Üretim Maliyetlerine Etkileri"	2009	"Selçuk Ü. Sosyal Bilimler MYO Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Yasemin Soylu Hüseyin İleri	Öğr. Gör. Dr. Öğr. Üyesi	"Selçuk Üni."
30	"İşletme Yönetim Aracı Olarak Çevresel Muhasebe"	2009	"Çukurova Ü. İİBF Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Mehmet Ünsal Memiş	Dr. Ar. Gör.	"Çukurova Üni."
31	"Çevresel Yönetim Muhasebesi Aracı Olarak Malzeme Akış Maliyet Muhasebesi Yöntemi"	2009	"Muhasebe ve Denetime Bakış"	Araştırma & Analiz	Makale	Ayşe Necef Yereli Volkan Yakın	Dr. Öğr. Üyesi Öğrenci	"Celal Bayar Üni."
32	"Atık Yönetimi ve Muhasebesi: Sakarya'daki İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma"	2009	"Sakarya Ü. SBE Akademik İncelemeler Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Hilmi Kırılıoğlu Meral Erol Fidan	Prof. Dr. Öğr. Gör. Dr.	"Sakarya Üni." "Bilecik Üni."
33	"Çevresel Maliyetlerin Mamullere Yüklenmesinde Kullanılan Dağıtım Anahtarlarının Seçiminde Analitik Hiyerarşi Yöntemi ve Bir Uygulama"	2009	"Süleyman Demirel Ü. İİBF Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Murat Esmeray Şükran Güngör Tanç	Dr. Öğr. Üyesi Arş. Gör.	"Erciyes Üni." "Nevşehir Üni."
34	"Çevre Muhasebesi ve Uygulaması"	2009	"Marmara Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Elif Başkale Gürbüz Gökçen	Öğrenci Prof. Dr.	"Marmara Üni."
35	"Isparta Antalya Burdur Üretim İşletmelerinin Çevre Konularına ve Çevre Muhasebesine Yaklaşımlarına İlişkin Bir Araştırma"	2009	"Süleyman Demirel Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Rukiye Aymaz Vesile Ömürbek	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Süleyman Demirel Üni."
36	"Çevre Maliyetleri Ve Bir Sanayi İşletmesinde Uygulama"	2009	"Kocaeli Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Fusun Özay Baltacı Selman Aziz Erden	Öğrenci Prof. Dr.	"Kocaeli Üni."
37	"Türkiye Finansal Raporlama Standartları'nın Çevresel Maliyet ve Borçların Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması Açısından İncelenmesi"	2010	"Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Hikmet Ulusan	Dr. Öğr. Üyesi	"Bozok Üni."
38	"Organize Sanayi Bölgeleri İçinde ve Dışında Faaliyet Gösteren İşletmelerin Çevre-Atık Yönetimi ve Muhasebe Konularında Mevcut Durum ve Farklılıkları (Sakarya İlinde Bir Araştırma)"	2010	"Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Hilmi Kırılıoğlu Meral Erol Fidan	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Sakarya Üni." "Bilecik Şeyh Edebali Üni."

39	"Çevre Muhasebesi ile 2010 İlgili Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma"	"İnönü Ü. Akademik Yaklaşımlar Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Fikret Otlu Gamze Ayça Kaya	Doç. Dr. Öğrenci	"İnönü Üni."
40	"Çevre Muhasebesi Açısından Kağıt Ambalajı Geri Dönüştüren İşletmelerin Faaliyetlerinin Muhasebeleştirilme-si ve Fayda-Maliyet Analizi Ankaş Atık Kağıt İmalat San. Ve Tic. A.Ş.'de Uygulama"	"Afyon Kocatepe Üniversitesi"	Muhasebeleştirme & Analiz	DR Tezi	Fatma Akcanlı Naciye Gökçe	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Afyon Kocatepe Üni."
41	"Çevre muhasebesi ve 2010 Alanya'daki bir konaklama işletmesinde uygulanması"	"Akdeniz Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Umut Tuğlu Ercüment Okutmuş	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Akdeniz Üni."
42	"Konaklama İşletmelerinde Çevresel Maliyet Faktörlerinin Çevre Muhasebesi Üzerine Etkileri: Türkiye-Birleşik Krallık Uygulaması"	"Akdeniz Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	DR Tezi	Sevgi Aydın Hakan Er	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Akdeniz Üni."
43	"Karbon (Sera Gazı) 2011 Muhasebesi"	"Mali Çözüm Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Süleyman Uyar Emre Cengiz	Doç.Dr. Öğr. Gör. Dr.	"Akdeniz Üni." "Akdeniz Üni."
44	"Karbon Ticareti ve 2011 Karbon Bankacılığı"	"Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Cemal Elitaş Ali Çüneyt Çetin	Doç. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Afyon Kocatepe Üni." "Süleyman Demirel Üni."
45	"İşletmelerde Çevre 2011 Muhasebesi: İzmir İli Uygulaması"	"Ege Ü. Akademik Bakış Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Ayşen Korukoğlu	Dr. Öğr. Üyesi	"Ege Üni."
46	"İşletmelerde Çevresel 2011 Maliyetler ve Bir Uygulama"	"İnönü Ü. Akademik Yaklaşımlar Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Hilmi Kırhoğlu Meral Erol Fidan	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Sakarya Üni." "Bilecik Üni."
47	"Çevreyi Korumanın 2011 Makroekonomik Değişkenler Üzerindeki Maliyetleri ve Çevresel Kalite-Ekonomik Güç İkilemi"	"Uludağ Ü. İİBF Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Recep Ulucak	Arş. Gör.	"Erciyes Üni."
48	"Üretim İşletmelerinin 2011 Sosyal Bir Sorumluluk Olarak Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem: Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren Üretim İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama"	"Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Eray Çetin Mahmut Yardımcıoğlu	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Karamanoğlu Mehmetbey Üni."

49	"Çevre Maliyet Yönetimi: Kesimhane Uygulaması"	2011	"Dokuz Eylül Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Ahror Bobojonov Banu Esra Aslanertik	Öğrenci Doç. Dr.	"Dokuz Eylül Üni."
50	"Stratejik Rekabet Amacına Yönelik Çevre Maliyetlerinin Rolü"	2011	"Marmara Üniversitesi"	Muhasebeleştirme & Analiz	YL Tezi	Begüm Öktem Osman Altuğ	Öğrenci Prof. Dr.	"Marmara Üni."
51	"İslam, Çevre ve Muhasebe: İslami İlkeler ve Çevre Muhasebesi Kavramı"	2012	"Sütçü İmam Ü. İİBF Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Mahmut Yardımcıoğlu	Doç. Dr.	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni."
52	"Çevre Maliyetlerinin Hesaplanması ve Muhasebeleştirilmesi: Bir Çimento Fabrikasında Vaka Çalışması"	2012	"Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Beyhan Beller Ali Deran Ayşegül Hatipoğlu	Öğr. Gör. Doç. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Giresun Üni." "Niğde Üni." "Niğde Üni."
53	"Muhasebe Standartları Bağlamında Otel İşletmelerinde Çevre Muhasebesi"	2012	"Abant İzzet Baysal Üniversitesi Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Ahmet Aktürk Fatma Akcanlı Hasan Şenol Yılmaz Akyüz	Dr. Öğr. Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Öğr. Üyesi Dr. Öğr. Üyesi	"Akdeniz Üni." "Uşak Üni." "Süleyman Demirel Üni." "Uşak Üni."
54	"Karbon Muhasebesi"	2012	"Selçuk Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Haluk Duman Rabia Özpeynirci Mehmet Yücenurşen Haşim Bağcı	Dr. Öğr. Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Öğr. Gör. Arş. Gör.	"Aksaray Üni." "Karamanoğlu Mehmet Bey Üni." "Aksaray Üni." "Aksaray Üni."
55	"Paydaşların Çevre Muhasebesi Uygulamalarına Etkileri"	2012	"Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Sevgi Aydın	Dr.	
56	"Konaklama İşletmelerinde Çevre Muhasebesi Uygulamaları ve Çevresel Maliyetlerin Yaşam Döngüsü Değerlemesi: Türkiye - Birleşik Krallık Örneği"	2012	"Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Sevgi Aydın	Dr.	
57	"Konaklama İşletmelerinde Çevre Muhasebesi Uygulamaları: Marmaris İlçesi Örneği"	2012	"Muğla Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Mustafa Alagöz Recep Şener	Öğrenci Prof. Dr.	"Muğla Üni."
58	"Yöneticilerin Kişisel Değerlerinin Çevre Muhasebesi Tutumlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma"	2012	"Atatürk Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	DR Tezi	Mehmet Güner M. Suphi Orhan	Öğrenci Prof. Dr.	"Atatürk Üni."
59	"Muhasebe Çevresi ve Çevrenin Muhasebeye Etkisi"	2013	"Gümüşhane Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Yusuf Sürmen Davut Aygün	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Karadeniz Teknik Üni." "Recep Tayyip Erdoğan Üni."
60	"Çevresel Maliyetlerin Muhasebeleştirilmesi"	2013	"Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Yıldırım Ercan Çalış	Öğr. Gör. Dr.	"Marmara Üni."

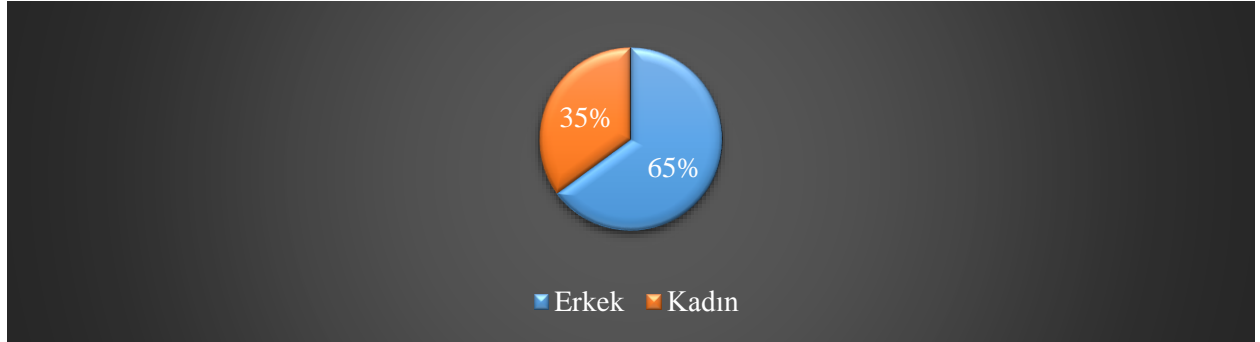
61	"Maliyet Muhasebesi 2013 Bakış Açısı ile İşletmelerde Çevre Maliyetleri ve Yönetimi"	2013	"Selçuk Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ali Alagöz Duygu İrdiren	Doç. Dr. Öğrenci	"Selçuk Üni."
62	"Çevre Maliyetleri 2013 Muhasebe Sistemi ve Bir Uygulama"	2013	"Okan Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Zeynep Güven Seçkin Gönen	Öğrenci Doç. Dr.	"Okan Üni."
63	"Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Muhasebeye Yansımaları: Sürdürülebilirlik Muhasebesi"	2014	"İnönü Ü. Akademik Yaklaşımlar Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Kayahan Tüm	Dr. Öğr. Üyesi	"Hatay Mustafa Kemal Üni."
64	"Çevresel Maliyetlerin 2014 Muhasebeleştirilmesine Yönelik Bir Seramik Fabrikasında Uygulama"	2014	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Seçkin Gönen Zeynep Güven	Doç. Dr. Öğrenci	"Dokuz Eylül Üni."
65	"İşletmelerin Çevre 2014 Muhasebesi Konularına Yaklaşımlarının Analizi"	2014	"Ege Ü. Akademik Bakış Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Ayşen Korukoğlu	Dr. Öğr. Üyesi	"Ege Üni."
66	"Firma Özellikleri ve 2014 Çevresel Açıklama: Borsa İstanbul 100 Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Ampirik Bir Araştırma"	2014	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Halil Emre Akbaş	Doç. Dr.	"Yıldız Teknik Üni."
67	"Çevre Muhasebesinin 2014 Önemi Üzerine Yalova İlinde Bir Araştırma"	2014	"Beykent Ü. SBE Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Cevdet Kızıl Vedat Akman Aldulkadir Tasmacıoğlu Hakan Taşkıran	Dr. Öğr. Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Öğrenci Öğrenci	"Yalova Üni." "Beykent Üni."
68	"Çevre Muhasebesi 2014 Uygulamalarının Bilecik İşletmelerinde Uygulanması Üzerine Bir Çalışma"	2014	"Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL TEZİ	Aysun Bakkal Mustafa Arı	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Bilecik Şeyh Edebali Üni."
69	"İşletmelerde Çevre 2015 Muhasebesi ve Diğer Çevresel Faaliyetlerin Gerçekleşme Durumunun Araştırılması"	2015	"Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Ayşen Korukoğlu	Dr. Öğr. Üyesi	"Ege Üni."
70	"Termik Santrallerde 2015 Çevresel Maliyetlerin Muhasebeleştirilmesi"	2015	"Gaziantep University Journal of Social Sciences"	Muhasebeleştirme	Makale	Hakkı Fındık	Dr. Öğr. Üyesi	"Kırklareli Üni."
71	"Sürdürülebilir Bir 2015 Çevre İçin Karbon Muhasebesi ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin Entegrasyonu"	2015	"Mali Çözüm Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Hakan Vargün Serhan Gürkan Halim Akbulut	Dr. Öğr. Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Dr. Öğr. Üyesi	"Karabük Üni." "Karabük Üni." "Bülent Ecevit Üni."
72	"Karbon Ticaretinin 2015 Uluslararası Muhasebe Standartlarına Göre Muhasebeleştirilmesi"	2015	"Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Mehmet Durgut	Dr. Öğr. Üyesi	"Giresun Üni."

73	"Çevre Muhasebesi Ve Çimento Fabrikalarının Çevre Muhasebesine Olan Duyarlılığı: Çorum Votorantim Çimento Fabrikası Uygulaması"	2015	"Hitit Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Ela Hiçyorulmaz Habib Akdoğan	Öğrenci Doç. Dr.	"Hitit Üni."
74	"Türkiye Muhasebe Standartları Kapsamında Çevre Muhasebesi Uygulamalarının İncelenmesi"	2015	"Karadeniz Teknik Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Fatih Akdeniz Uğur Kaya	Öğrenci Prof. Dr.	"Karadeniz Teknik Üni."
75	"İş Örgütlerinde Çevre Muhasebesi Algısına Yönelik Bir Araştırma: Diyarbakır İli Örneği"	2016	"İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ ARAŞTIRMALAR I DERGİSİ"	Araştırma & Analiz	Makale	Abdulkadir Bilen Osman Seyitoğulları	Prof. Dr. Ar. Gör.	"Dicle Üni." "Hakkari Üni."
76	"Küresel Isınma Sorununa Muhasebecilerin Bakışı: Karbon Muhasebesi"	2016	"İNSAN VE TOPLUM BİLİMLERİ ARAŞTIRMALAR I DERGİSİ"	Muhasebeleştirme	Makale	Ali Altınbay Melis Golagan	Dr. Öğr. Üyesi Öğrenci	"Dumlupınar Üni." "Dumlupınar Üni."
77	"Çevre Maliyetleri Muhasebesi ve Raporlanması"	2016	"Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Ahmet İçöz Yavuz Kılınc	Dr. Arş. Gör.	"Kocaeli Üni." "Kocaeli Üni."
78	"Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerde Çevresel Maliyetlerin Muhasebeleştirilmesi"	2016	"Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi"	Muhasebeleştirme	Makale	Cengiz Güney Hamdi Aydın	Öğr. Gör. Doç. Dr.	"Kocaeli Üni." "Kocaeli Üni."
79	"Çevre Muhasebesi Dersinin Öğrencilerde Çevre Bilinci Oluşturmasına Etkisi Üzerine Bir Araştırma"	2016	"Gaziosmanpaşa Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Oktay Özkan Fatih Coşkun Ertaş	Öğrenci Prof. Dr.	"Gaziosmanpaşa Üni."
80	"Sosyal Sorumluluk Anlayışı Çerçevesinde Üretim İşletmelerinin Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem: TRA 1 Bölgesinde Bir Araştırma"	2016	"Atatürk Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	DR Tezi	Alırıza Ağ M. Suphi Orhan	Öğrenci Prof. Dr.	"Atatürk Üni."
81	"Sanayi Sektöründe Çevre Muhasebesi Üzerine Bir Araştırma: Diyarbakır İli Örneği"	2016	Dicle Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Osman Seyitoğulları Abdulkadir Bilen	Öğrenci Prof. Dr.	"Dicle Üni."
82	"Çevre Maliyetleri Ve Çevre Performansının Analitik Karşılaştırılması: Bir Özel Hastane Uygulaması"	2016	"Selçuk Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Raghad Hashım Yahya Almallah Muhammet Bezirci	Öğrenci Doç. Dr.	"Selçuk Üni."
83	"Üretim İşletmelerinin Çevre Muhasebesine Verdikleri Önem Düzeyi: Erzurum, Erzincan, Bayburt Bölgesinde Bir Araştırma"	2017	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	M. Suphi Orhan Alırıza Ağ	Prof. Dr. Dr. Öğr. Üyesi	"Atatürk Üni." "Bayburt Üni."

84	"Çevre Yönetim Muhasebesi Uygulamaları İçin Yeni Bir Yaklaşım: Malzeme Akış Maliyet Muhasebesi"	2017	"Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Funda Özçelik	Dr. Öğr. Üyesi	"Uludağ Üni."
85	"Çevre Muhasebesi ve Çevresel Politikalara Verilen Önem Düzeyi: Erzurum-Erzincan Karşılaştırması"	2017	"İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Alırıza Ağ	Dr. Öğr. Üyesi	"Bayburt Üni."
86	"Kurumsal Yönetim Açısından Sosyal Sorumluluk ve Çevre Muhasebesinin İncelenmesi"	2017	"Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi"	Teorik & Kavramsal	Makale	Mustafa Arı Gökhan Bayram	Dr. Öğr. Üyesi Öğrenci	"Bilecik Şeyh Edebali Üni."
87	"Çevresel Maliyetlerin Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemi ile Belirlenmesi ve Bir Uygulama"	2017	"Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Ayşe Kurtlu	Dr. Öğr. Üyesi	"Karabük Üni."
88	"Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Yeşil Muhasebe Konusundaki Algıları ve Farkındalıkları"	2017	"Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Züleyha Yılmaz Zeynep Şahin	Arş. Gör. Öğr. Gör.	"Ordu Üni." "Karadeniz Teknik Üni."
89	"Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin Çevre Muhasebesine Yönelik Tutumları Üzerine Bir Araştırma: Kahramanmaraş Örneği"	2017	"Hasan Kalyoncu Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Sevgi Sabak Hilmi Erdoğan Yayla	Öğrenci Doç. Dr.	"Hasan Kalyoncu Üni."
90	"Çevreye Duyarlılığın Rekabet Gücüne Etkisi: Yeşil Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama"	2018	"Maliye ve Finans Yazıları"	Araştırma & Analiz	Makale	Öznur Doğan Fatih Coşkun Ertaş	Öğr. Gör. Prof. Dr.	"Kastamonu Üni." "Atatürk Üni."
91	"Otel ve Konukevi İşletmelerinde Çevre Bilinci ve Çevre Muhasebesi Uygulama Düzeyi: Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma"	2018	"Journal of Current Researches on Business and Economics"	Araştırma & Analiz	Makale	Ömer Faruk Demirkol Neslihan Tancı Yıldırım	Dr. Öğr. Üyesi Öğr. Gör.	"Harran Üni." "Harran Üni."
92	"Mermer Üretim İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Kavramı Kapsamında Çevre ve Çevre Muhasebesine Yaklaşımları: Bir Araştırma"	2018	"Muhasebe ve Finansman Dergisi"	Araştırma & Analiz	Makale	Ali Apalı	Dr. Öğr. Üyesi	"Mehmet Akif Ersoy Üni."
93	"TMS / TFRS Açısından Çevre Muhasebesi ve Bir İnceleme"	2018	"Gazi Üniversitesi"	Muhasebeleştirme	YL Tezi	Ayşegül Öztürk Serap Sebahat Yanık	Öğrenci Prof. Dr.	"Gazi Üni."
94	"Sürdürülebilirlik, Çevresel Riskler ve Çevre Muhasebesi Arasındaki İlişkinin Tespiti: Erzurum İlinde Bir Araştırma"	2018	"Bayburt Üniversitesi"	Araştırma & Analiz	YL Tezi	Rana Güler Sülük Ali Rıza Ağ	Öğrenci Dr. Öğr. Üyesi	"Bayburt Üni."

95	"Muhasebe Bilgi Sistemi Bağlamında Çevre Muhasebesinin Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) / Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) Açısından Değerlendirilmesi ve Malatya Organize Sanayi Bölgesi'nde Bir Araştırma"	2018	"İnönü Üniversitesi"	Muhase- eleştirme & Analiz	DR Tezi	Mehtap Bulut Deniz Yusuf Cahit Çukacı	Öğrenci Doç. Dr.	"İnönü Üni."
----	---	------	----------------------	-------------------------------------	---------	--	---------------------	--------------

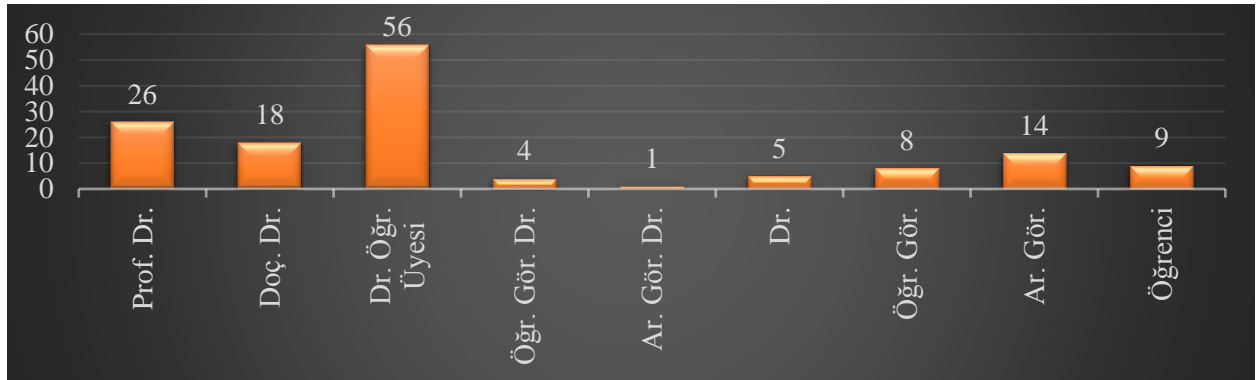
3.5. Yazarların Cinsiyetleri



Grafik 1. Yazarların cinsiyetleri

Grafik 1'den görüleceği gibi yazarlar cinsiyetlerine göre incelendiğinde 113 yazar ile yazarların %65'inin Erkek, 61 yazar ile %35'inin Kadın olduğu görülmüştür.

3.6. Yazarların Unvanları



Grafik 2. Yazarların unvanları

Grafik 5'ten anlaşılacağı gibi çevre muhasebesini konu edinen çalışmaların yazarlarının unvanları incelendiğinde yazarların 56 ile yarısından fazlasının doktor öğretim üyesi (yardımcı doçent doktor) olduğu görülmektedir. Onu ise 26 Profesör Doktor, 18 Doçent Doktor, 14 Araştırma Görevlisi ve 9 öğrenci takip etmektedir.

3.7. Yazarların Kurumları

Tablo 2. Üniversiteler bazında yazarların kurumu

Üniversite Adı	Yazar Sayısı
“Kocaeli Üniversitesi”	12
“Akdeniz Üniversitesi”	10
“Sakarya Üniversitesi”	9
“Selçuk Üniversitesi”	8
“Dokuz Eylül Üniversitesi”	8
“Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi”	7
“Atatürk Üniversitesi”	7
“Marmara Üniversitesi”	6
“Afyon Kocatepe Üniversitesi”	5
“Bayburt Üniversitesi”	4
“Hitit Üniversitesi”	4
“Karadeniz Teknik Üniversitesi”	4
“Süleyman Demirel Üniversitesi”	4
“İnönü Üniversitesi”	4
“Anadolu Üniversitesi”	4
“Gazi Üniversitesi”	4
“Muğla Üniversitesi”	4
“Aksaray Üniversitesi”	3
“Dumlupınar Üniversitesi”	3
“Ege Üniversitesi”	3
“Gebze Teknik Üniversitesi”	3
“Karabük Üniversitesi”	3
“Uludağ Üniversitesi”	3
“Dicle Üniversitesi”	3
“Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi”	3
“Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi”	3
“Bozok Üniversitesi”	2
“Çukurova Üniversitesi”	2
“Erciyes Üniversitesi”	2
“Fatih Üniversitesi”	2
“Giresun Üniversitesi”	2
“Harran Üniversitesi”	2
“Niğde Üniversitesi”	2
“Uşak Üniversitesi”	2
“Kocaeli Üniversitesi”	2
“Beykent Üniversitesi”	2
“Celal Bayar Üniversitesi”	2
“Yalova Üniversitesi”	2
“Gaziosmanpaşa Üniversitesi”	2
“Hasan Kalyoncu Üniversitesi”	2
“İstanbul Üniversitesi”	2
“Kırklareli Üniversitesi”	1
“Bülent Ecevit Üniversitesi”	1
“Hakkari Üniversitesi”	1
“Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi”	1
“Kastamonu Üniversitesi”	1
“Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi”	1
“Nevşehir Üniversitesi”	1
“Ordu Üniversitesi”	1
“Pamukkale Üniversitesi”	1
“Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi”	1
“Yıldız Teknik Üniversitesi”	1
“Okan Üniversitesi”	1

Tablo 2 incelendiğinde çevre muhasebesi üzerine yapılan çalışmalar ve tezlerin yazarlarının bağlı oldukları üniversiteler incelendiğinde ilk sırayı 12 yazar ile Kocaeli Üniversitesinin aldığı, onu ise sırasıyla 10 yazar ile Akdeniz Üniversitesi, 9 yazar ile Sakarya Üniversitesi ve 8 yazar ile Selçuk Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi takip etmektedir.

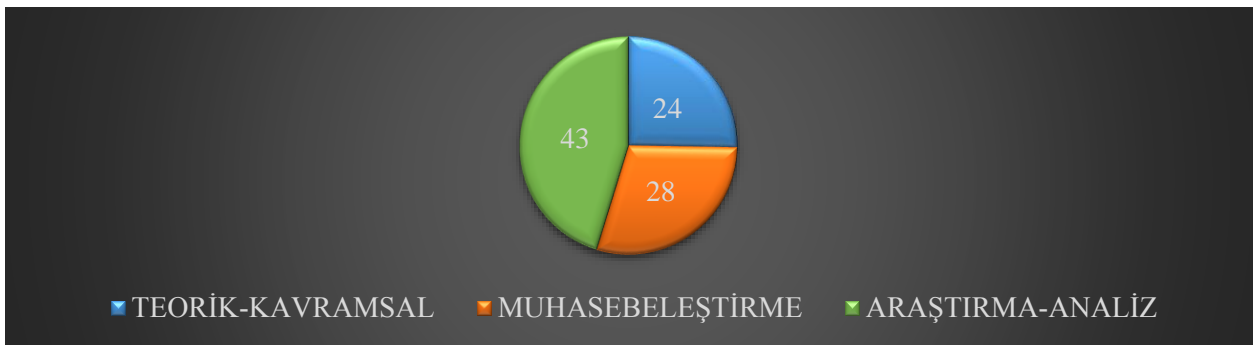
3.8. Yıllara Göre Yayın Sayıları



Grafik 3. Yıllara göre yayın sayıları

Grafik 2’den yıllara göre yayın sayılarına bakıldığında en çok yayının 10 yayın ile 2009 yılında yapıldığı görülmektedir. 2011, 2012 ve 2016 yıllarında 8 adet yayın yapılırken 2007 ve 2017 yıllarında ise 7 yayın yapılmıştır. 1995’ten itibaren ilk zamanlarda çok az sayıda yayın yayınlanırken çevre muhasebesine ilişkin yayın sayısının yıllar geçtikçe ciddi bir şekilde arttığı görülebilmektedir.

3.9. Yayın İçeriklerinin Türleri



Grafik 4. Yayınların içerik türleri

Grafik 6’daki yayın içerik türlerine bakıldığında çevre muhasebesi alanındaki çalışmaların içerik türleri incelendiğinde 43’ünün araştırma/analiz olduğu, 28’inin muhasebeleştirmeye yönelik olduğu ve kalan 24’ünün de teorik/kavramsal olduğu görülmektedir.

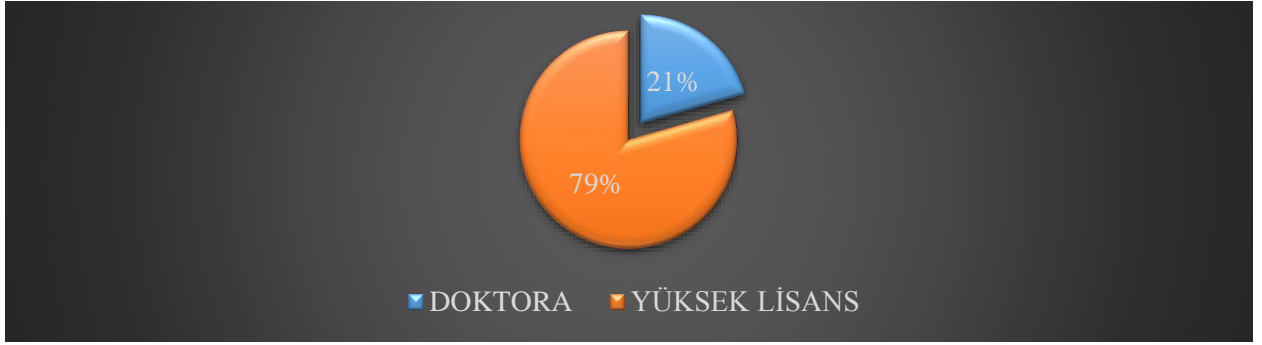
3.10. Dergilere Göre Makale Sayıları

Tablo 3. Dergilere göre makale sayıları

Dergi Adı	Makale Sayısı
“Muhasebe ve Finansman Dergisi”	10
“Selçuk Üni. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi”	5
“Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi”	4
“İnönü Üni. Akademik Yaklaşımlar Dergisi”	3
“Mali Çözüm Dergisi”	3
“Ege Üni. Akademik Bakış Dergisi”	2
“İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi”	2
“Marmara Üni. İİBF Dergisi”	2
“Süleyman Demirel Üni. İİBF Dergisi”	2
“Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi”	2
“Abant İzzet Baysal Üni. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi”	1
“Atatürk Üni. SBE Dergisi”	1
“Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi”	1
“Beykent Üni. SBE Dergisi”	1
“Bilecik Şeyh Edebali Üni. SBE Dergisi”	1
“Çağ Üni. Sosyal Bilimler Dergisi”	1
“Çanakkale 18 Mart Üni. Yönetim Bilimleri Dergisi”	1
“Çukurova Üni. İİBF Dergisi”	1
“Dokuz Eylül Üni. İ.İ.B.F. Dergisi”	1
“Dokuz Eylül Üni. İşletme Fakültesi”	1
“Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi”	1
“Ekoloji Dergisi”	1
“Gaziantep Üni. Journal of Social Sciences”	1
“Gümüşhane Üni. SBE Dergisi”	1
“İstanbul Gelişim Üni. Sosyal Bilimler Dergisi”	1
“Journal of Current Researches on Business and Economics”	1
“Kocaeli Üni. SBE Dergisi”	1
“Maliye ve Finans Yazıları”	1
“Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi”	1
“Sakarya Üni. SBE Akademik İncelemeler Dergisi”	1
“Selçuk Üni. Sosyal Bilimler MYO Dergisi”	1
“Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi”	1
“Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni. İİBF Dergisi”	1
“Uludağ Üni. İİBF Dergisi”	1
“Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi”	1
“Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üni. İİBF Dergisi”	1

Tablo 3’teki çevre muhasebesine ilişkin çalışmaların sadece makale olanlarının yayımlandığı dergiler incelendiğinde en çok makale 10 makale ile en yakınındaki derginin iki katı makale ile Muhasebe ve Finansman Dergisinde olduğu görülmektedir. İkinci sırada beş makale ile Selçuk Üni. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi bulunmaktadır. Üçüncü sırayı ise üçer makale ile İnönü Üni. Akademik Yaklaşımlar Dergisi ve Mali Çözüm Dergisi almaktadır.

3.11. Tezlerin Türüne Göre Çalışmalar



Grafik 5. Tezlerin türüne göre çalışmalar

Grafik 3'e göre çevre muhasebesi alanında yapılmış tez çalışmalarına bakıldığında 27 tez ile %79'unun yüksek lisans tezi olduğu, 7 tez ile kalan %21'inin ise doktora tezi olduğu görülmüştür.

3.12. Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler

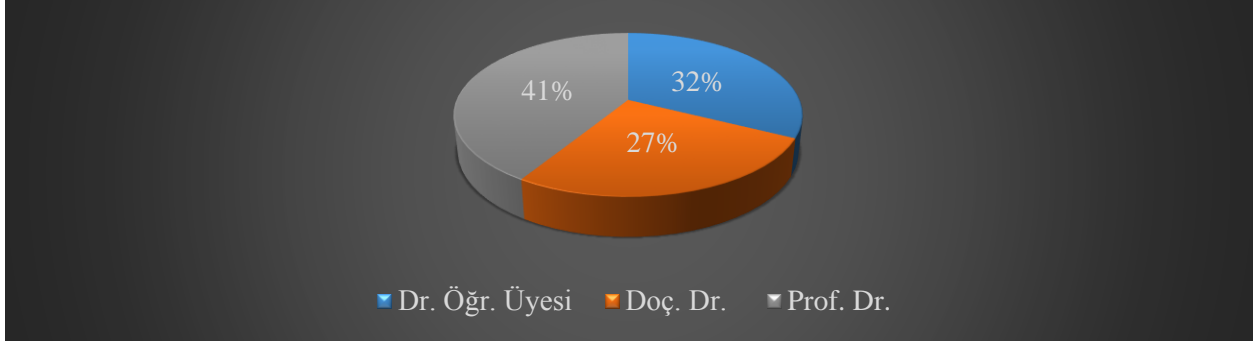
Tablo 4. Tezlerin yapıldığı üniversiteler

Üniversite Adı	Tez Sayısı
“Akdeniz Üniversitesi”	3
“Anadolu Üniversitesi”	2
“Sakarya Üniversitesi”	2
“Kocaeli Üniversitesi”	2
“Gazi Üniversitesi”	2
“Muğla Üniversitesi”	2
“Marmara Üniversitesi”	2
“Afyon Kocatepe Üniversitesi”	2
“Atatürk Üniversitesi”	2
“Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi”	1
“İstanbul Üniversitesi”	1
“Süleyman Demirel Üniversitesi”	1
“Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi”	1
“Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi”	1
“Hitit Üniversitesi”	1
“Karadeniz Teknik Üniversitesi”	1
“Gaziosmanpaşa Üniversitesi”	1
“Dicle Üniversitesi”	1
“Hasan Kalyoncu Üniversitesi”	1
“Bayburt Üniversitesi”	1
“İnönü Üniversitesi”	1
“Dokuz Eylül Üniversitesi”	1
“Okan Üniversitesi”	1
“Selçuk Üniversitesi”	1

Tablo 4'e göre tezlerin yapıldığı üniversiteler incelendiğinde en çok tez çalışmasının Akdeniz Üniversitesinde yapıldığı görülmektedir. Onu ise ikişer tez ile Anadolu Üniversitesi,

Sakarya Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Muğla Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesinin takip etmektedir.

3.13. Tez Danışmanlarının Unvanları



Grafik 6. Tez danışmanlarının unvanları

Grafik 4’te görüleceği gibi tez çalışmalarının danışmanlarının unvanlarına bakıldığında 14 kişi ile %41’inin Prof. Dr., 11 kişi ile %32’sinin Dr. Öğr. Üyesi ve 9 kişi ile %27’sinin Doç. Dr. unvanına sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

4. SONUÇ

Dünyamızın ekolojik dengesinin bozulması sanayi devrimi ile birlikte katlayarak artmış ve çevrenin olumsuz etkilenmesi açısından yeni bir devir başlamıştır. Yaşanan sanayi ve teknoloji gelişimleri ekolojik açıdan olumsuz etkilerin de boyutlarının katlanarak artmasıyla sonuçlanmıştır. Tamamen endüstrileşmeye odaklanmasıyla çevrenin korunması ikinci planda kalmış ve toprak, su ve hava kirliliğinin önceki zamanlara göre katlanarak artmasının etkileri özellikle sonraki yüzyıllarda hissedilecek, dünya yaşamını tehlikeye sokacak sonuçlarla karşı karşıya kalmıştır. Bunun farkına varılmasıyla birlikte gerek ulusal gerekse uluslararası bazda önlemler alınmaya çalışılmaktadır. Bu durumun başlıca sorumlularından olan sanayileşen işletmelerinin, üzerlerine düşeni yapma konusunda sosyal sorumluluk kavramı gereği muhasebeye önemli görev düşmektedir. Muhasebe bilimi hayatın her alanında olduğu gibi çevrenin korunması ve işletmelerin faaliyetlerinin çevreye etkilerinin belirlenerek, gerekli kararların alınarak adımların atılabilmesi açısından kilit bir role sahiptir.

Ülkemizde bu alandaki çalışmaların ne düzeyde olduğunun ortaya konulması büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede ülkemizde çevre konusunda muhasebe alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizinin yapılması faydalı olacaktır.

Bu çalışmada çevre muhasebesine yönelik Türkiye’de yapılan bilimsel çalışmalar incelenerek içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu çalışmada yapılan araştırma sonucunda

araştırma kapsamına dahil edilen 1995-2018 yılları arasında Türkiye’de çevre muhasebesini konu alan 61 makale ve 34 tez Excel programına aktarılmış ve analiz edilerek yorumlanmıştır. Bulgular çerçevesinde çevre muhasebesi alanında yapılmış yayınların;

- Yazarlarının büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmüştür.
- Yazarların en çok Kocaeli Üniversitesinden olduğu, onu ise Akdeniz Üniversitesinin takip ettiği görülmüştür.
- En çok yayının 2009 yılında yapıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Sonraki yıllarda küçük farklılıklar dışında benzer oranlarda çalışmalar yapıldığı göze çarpmaktadır.
- En çok makalenin takip eden dergilere göre ciddi oranda farkla Muhasebe-Finansman Dergisinde yayınlandığı görülmüştür.
- Tez şeklindeki çalışmaların büyük çoğunluğunun yüksek lisans tezi olduğu görülmüştür.
- Tez şeklindeki çalışmaların en çok Akdeniz Üniversitesinde yapıldığı görülmüştür.
- Tez şeklindeki çalışmaların danışmanlarının en çok Prof. Dr. unvanlı kişiler olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.
- Çalışmalar toplu olarak değerlendirildiğinde yazarların yarısından fazlasının Dr. Öğr. Üyesi unvanına sahip kişiler olduğu görülmüştür.
- Çalışma içeriklerinin çoğunluğunun araştırma-analiz olduğu görülmüştür.

Çevre muhasebesi konusu son yıllarda gitgide önem kazanmaya başlamış ve bu konu üzerine akademik çalışmalar da günden güne artmaktadır. Ekolojik denge karşısındaki en büyük tehdidin işletmeler olduğu düşünüldüğünde işletmelerin bu konudaki üzerine düşenlerin yapılması açısından muhasebeye büyük görev düşmektedir. Ekolojik dengenin insan hayatındaki önemi ve özellikle ülkemizin coğrafi güzelliği, tarımsal ve iklimsel çeşitliliği düşünüldüğünde ülkemizdeki çevre muhasebesi alanındaki çalışmaların halen yeterli seviyede olmadığı söylenebilir. Bu açıdan çevre muhasebesi alanında akademik çalışmaların sayısının artması önem arz etmektedir. Bu çalışmaya sadece makale ve tez şeklindeki yayınlar dahil edildiğinden ileriki çalışmalarda bildiri, kitap bölümü, kitap gibi yayınların da dahil edilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Borgman, C. L., & Furner, J. (2002). Scholarly communication and bibliometrics. *Annual review of information science and technology*, 36(1), 2-72.

Coşkun, İ., Dündar, Ş., & Parlak, C. (2014). Türkiye’de özel eğitim alanında yapılmış lisansüstü tezlerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (2008-2013). *Ege Eğitim Dergisi*, 15(2), 375-396.

Özkol, A. E. (1998). Çevre muhasebesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 15-26.

Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of documentation*, 25(4), 348-349.

Taşdemir, V. (2011). İşletme-Çevre İlişkilerinin Muhasebe Açısından Raporlanması. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Temizkan, S. P., Çiçek, D., & Özdemir, C. (2015). Bibliometric profile of articles published on health tourism. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 394-415.

Extended Summary

The deterioration of the ecological balance of our world has increased exponentially with the industrial revolution and a new era has begun in terms of negatively affecting the environment. Experienced industry and technology developments have resulted in an exponential increase in the size of negative ecological effects. With the focus on industrialization, the protection of the environment remained in the background, and the effects of the exponential increase in soil, water and air pollution compared to previous times were faced with consequences that would be felt especially in the following centuries and endanger the world's life. With the realization of this, measures are being taken on both national and international basis. Due to the concept of social responsibility, accounting has an important role in doing their part for the industrialized enterprises, which are among the main responsibilities of this situation. As in all areas of life, accounting science has a key role in protecting the environment and determining the effects of the activities of the enterprises on the environment, taking the necessary decisions and taking the necessary steps.

In this study, it is aimed to examine the publications by bibliometric analysis by examining the scientific studies conducted in Türkiye on environmental accounting. It is of great importance to reveal the level of studies in this field in our country. In this context, it will be useful to examine the studies conducted in the field of environmental accounting in our country, bibliometrically.

The scope of the research consists of studies in the type of articles and thesis on environmental accounting in Türkiye between the years 1995-2018. Studies on environmental accounting were searched in databases on the Internet and data were collected. The limitations

of the study include the exclusion of congress papers, book chapters and books due to the fact that the research only covers the studies that can be accessed on the internet, the beginning of the year could not go earlier due to the research being carried out on the internet, and some congress books were not published on the internet.

Databases such as the National Academic Network and Information Center (ULAKBİM), Google Academic Directory (Google Scholar), Academic Social Sciences Index (ASOSINDEX), EBSCO International Information Service to access the publications included in the research, and the Higher Education Council Thesis Center (YÖKTEZ) database for theses used. As a result of the research, 61 articles and 34 theses were reached.

In the study, bibliometry introduced by Pritchard (1969) was used as a method. In studies using bibliometric analysis, it is aimed to reach various findings by analyzing the features of the documents or publications that are the subject of the study (Temizkan, Çiçek, & Özdemir, 2015, p. 395). Studies that make it possible to analyze studies on certain subjects with different methods and to evaluate scientific research are defined as bibliometric research (Coşkun, Dündar, & Parlak, 2014, p. 381). Thus, scientific studies are examined with statistics and numerical analysis (Borgman & Furner, 2002, p. 4).

As a result of the research carried out in this study, 61 articles and 34 theses on environmental accounting in Türkiye between the years 1995-2018, which were included in the scope of the research, were transferred to the Excel program and analyzed and interpreted.

Within the framework of the findings, the publications made in the field of environmental accounting;

- It was observed that the majority of the authors were male.
- It was observed that the authors were mostly from Kocaeli University, followed by Akdeniz University.
- It was found that the most publications were made in 2009. It is noteworthy that similar studies were carried out in the following years, except for minor differences.
- It was observed that the most articles were published in the Journal of Accounting-Finance with a significant difference compared to the following journals.
- It has been observed that the majority of studies in the form of thesis are master's thesis.
- It has been observed that most of the studies in the form of thesis were carried out in Akdeniz University.

- Most of the advisors of thesis studies are Prof. Dr.
- When the studies are evaluated collectively, more than half of the authors are Asst. Prof. Dr.
- It has been observed that the majority of the study contents are research-analysis.

The subject of environmental accounting has started to gain importance in recent years and academic studies on this subject are increasing day by day. Considering that the biggest threat to the ecological balance is the enterprises, accounting has a great responsibility in terms of doing the things that the enterprises have in this regard. Considering the importance of ecological balance in human life and especially the geographical beauty, agricultural and climatic diversity of our country, it can be said that the studies in the field of environmental accounting in our country are still not at a sufficient level. In this respect, it is important to increase the number of academic studies in the field of environmental accounting. Since only articles and dissertations were included in this study, it would be beneficial to include publications such as papers, book chapters and books in future studies.



Kobilerde Dijital Dönüşüm Üzerine Bilim Haritalama Analizi

Kamil TAŞKIN^{1*}

Geliş Tarihi/Received Date: 01.10.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 17.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

İşletmeler piyasa koşullarına uygun, düşük maliyetlerle ürünler üretebilmeleri için teknolojik yatırımlarda bulunurlar. Aynı rekabet ortamında finansal olanakları büyük işletmelere göre dezavantajlı olan KOBİ'ler için dijital dönüşüm yatırımları ulaşılması zor ama kaçınılmaz yatırımlardır. Dijital dönüşümde yer alan araçların temini, adaptasyonu bu işletme grubu için maliyet ve uzman bilgi yetersizliği nedeniyle sıkıntılı süreçlerdir. Bu çalışmada KOBİ'lerin dijital dönüşümüne odaklı akademik çalışmaların incelenerek, dönüşümün odak noktaları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu anlamda ikincil veriler (akademik yayınlar) belge incelemesi ile incelenmiş ve bibliyometrik analiz ile çözümlenmiştir. Yayınlar, yazarlar, yayın merkezleri yıl, eğilim, kümelenme gibi çeşitli açılardan bibliyometrik olarak ele alınmıştır. İş dünyasının teknolojiyi işlerine entegre etmesinin öneminin artması ve dijital dönüşümde yaşanan artış ile dijital dönüşüm alanındaki akademik yayınların, yönetim odaklı sürdürülebilirlik ve süreç odaklı yenilik alanlarda yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Dijital Dönüşüm, Dijitalleşme

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Orcid No: 0000-0002-8081-7445

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: ktaskin@sakarya.edu.tr

Science Mapping Analysis on Digital Transformation in SMEs

ABSTRACT

Businesses make technological investments to produce products in market conditions at low costs. These investments are inevitable but difficult in competition among SMEs, which are disadvantaged compared to large enterprises in terms of access to financial resources. Due to cost and lack of expert knowledge, the supply and adaptation of digital transformation tools are troublesome for this group of enterprises. In this study, academic studies focused on the digital transformation of SMEs were examined, and the focal points of transformation were determined. In this sense, secondary data (academic publications) were analyzed by document examination and bibliometric analysis. Publications, authors, and publishing centers are handled bibliometrically in various aspects such as year, trend, and cluster. With the increasing importance of the business world integrating technology into their business and the increase in digital transformation, it has been determined that academic publications in the field of digital transformation are concentrated in the fields of management-oriented sustainability and process-oriented innovation.

Keywords: SME, Digital Transformation, Digitalization

1. GİRİŞ

Çoğunlukla esnek olmayan yapılara sahip büyük işletmelerin aksine KOBİ'ler yenilikçi, esnek, dinamik yapıları ile ekonomide varlıklarını devam ettirmektedirler. KOBİ'ler ölçek ekonomisini yakalamış büyük işletmelerle rekabet edebilmek adına kendilerine avantaj yaratacak stratejileri benimserler (Mikail, 2010). KOBİ'lere yönelik tanımlar incelendiğinde Türkiye'de çeşitli kaynak ve kuruluşlara göre farklı tanımlar yapılmıştır. KOSGEB, Halkbank, Eximbank, Sanayi Bakanlığı, TÜİK gibi kuruluşların tanımlarına göre KOBİ sınıfına dahil olan işletmelerin ölçeği çalışan kişi sayısı cinsinden ölçülmekte olup bu sayı 200 - 250 aralığında dalgalanmaktadır (Bayülken & Kütükoğlu, 2012).

Ürün çeşitliliği, düşük yatırım maliyetleri, talebe hızlı uyum gibi avantajları barındıran bu tür işletmeler kurumsallaşamama ve finansal sıkıntılara bağlı olarak zorluklarla karşı karşıya kalırlar. Bu zorluk işletmelerin alt yapı yatırımlarına bağlı olarak teknolojik yönelimlerini de olumsuz etkiler. Pahalı olan teknolojik yatırımlar KOBİ'ler için ulaşılması zor kaynaklardır (Karaman Akgül & Doğaner Gönel, 2014). Kaynakların kıt olduğu bu işletme tipinde dijital

dönüşüm üzerine yapılacak bu yatırımların katkılarının ve risklerinin çok iyi değerlendirilmesi şarttır (Buhalis & Murphy, 2009). Dijital dönüşüm sürecinde işletmeler teknolojiyi mevcut kaynaklar ve süreçlerle, verimli olarak entegre edebilme yöntemleri arayışlarına girerler. Bunun için yeni stratejiler, organizasyon yapılarında değişiklikler, insan kaynaklarının uyumlaştırılması gibi alt yapısal değişimlere ihtiyaç duyulabilir (Tutkunca, 2020).

Dijital kavramı “sayısal” deyişi ile dilimizde karşılık bulur. Olayların sayısal kayıtlara “1 veya 0” şeklinde kayıt altına alınarak verilere dönüşmesi ile oluşur. Dijitalleşme ise dijital teknolojileri kullanarak yeni bir iş modeline geçmeyi ifade eder (Yankın, 2019). Mikro işlemciler, küresel veri ağları ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile teknolojik yenilikler alanındaki dijital dönüşüm sürecinin başlangıcı doksanlı yıllara dayanmaktadır (Hamelink, 1997). İşletmelerde yer alan süreçlerin dijital teknolojiler ile yoğunularak bu süreçlerin stratejik dönüşümlere uğraması ile dijital dönüşüm ortaya çıkar. Dijital dönüşümle işletmeler içinde kurumsal yapılarında ve iş süreçlerinde değişimler meydana geldiği gözlemlenmektedir (Piccinini vd., 2015). Bu dönüşüm tedarik, üretim, organizasyon, pazarlama dağıtım, hizmet süreçlerine etki etmektedir. Dijitalleşme, işletmelerin iş yapış biçimlerini etkiler ve işletmenin rekabet gücünü artırır (Üzmez & Büyükbeşe, 2021). Dijitalleşen iş birimleri işlemlerini yaparken ileri teknolojik araçlar, mobil teknolojiler, ağ yapıları ve bileşenleri, sosyal medya araçları ve bulut teknolojileri gibi araçlar ile iş yapma biçimlerini dönüştürmektedir (Westerman & Bonnet, 2015). Bu dönüşüm ile daha düşük maliyetler ile kişiselleştirilmiş hızlı ve verimli üretim gibi zor bir amacın gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.

KOBİ’ler için dijitalleşme oldukça zahmetli ve maliyetli bir dönüşümdür (Korpela vd., 2017). Dijitalleşme beraberinde bu dönüşümü benimseyemeyenler için yıkıcı bir etkiyi beraberinde getirmektedir (Llopis-Albert vd., 2021). Dijital dönüşüm, küreselleşmenin oluşturduğu rekabeti daha da şiddetlendirmektedir (Dąbrowska vd., 2022). Dijital dönüşümü yakalayan işletmelerin rekabette öncü olmaları muhtemelken, işletmecilik sorunlarını giderememiş verimli olmayan organizasyonların başarısız sonuçlarla karşı karşıya kalmaları beklenir (Cho vd., 2021). Dijital dönüşüm KOBİ’lere performansını temelden değiştirecek ve bu performansını sürdürmesini sağlayacak bilgi teknolojileri kaynaklarını sunmayı vaat eder (Fenwick, 2015). Dijital dönüşüm ile işletmeler karar aşamalarında verilerle desteklenmiş karar alma yetkinliğine ulaşırken, değer yaratan ve yaratmayan işlemleri görebilme yeteneğine sahip olurlar ve operasyonlarını etkin hale dönüştürürler (Dąbrowska vd., 2022).

Dijital dönüşüm ile ilgili KOBİ düzeyinde literatürde birçok çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalar çeşitli düzeylerde farklı bakış açıları ile bu alana katkı vermektedir. Çalışma

kapsamına yakın içerikli çalışmalar incelendiğinde yerli ve yabancı kaynaklı çalışmalar Tablo 1’de topluca gösterilmiştir.

Tablo 1. Kobi ve işletmeler bağlamında dijitalleşme alanında yapılmış sistematik inceleme çalışmaları

Yazar	Konu	Örneklem	Zaman Aralığı
(Özispı & Akdaş, 2019)	Dijital dönüşüm ile ilgili yapılmış lisansüstü tezlerin incelenmesi	31	2009-2019
(Ekinci, 2022)	Dijital teknolojiler içeren yayınların incelenmesi	452	1990-2022
(Budak & Özçelik, 2022)	Devlet kurumlarının dijitalleşmesinin incelenmesi	764	1998-2022
(Ragazou vd., 2022)	Pandemi döneminde KOBİ’lerin dijital dönüşümünün stratejik açıdan incelenmesi	765	2014-2022
(Bin & Hui, 2021)	KOBİ’lerin dijital dönüşümünü etkileyen faktörlerin sistematik bir incelenmesi	213	2001-2020
(Yanti vd., 2022)	KOBİ’lerin MRP düzeyinde dijitalleşmesinin analizi	449	2000-2022
(Madhavan vd., 2022).	Pandeminin KOBİ’lerin inovasyon yeteneği üzerinden araştırmaların incelenmesi	221	2015-2022

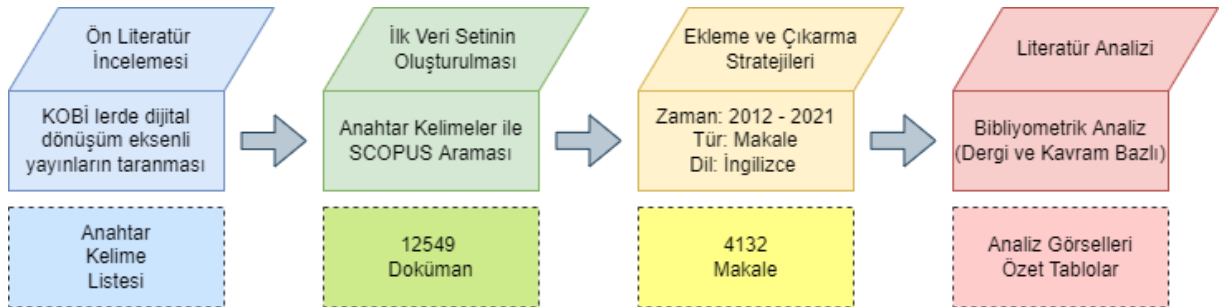
Tablo 1 incelendiğinde çalışma kapsamına yakın alandaki yayınları inceleyen çalışmaların çok yeni olduğu görülmektedir. Bu alandaki çalışmaların endüstri 4.0 içeriklerindeki artışa bağlı olarak son zamanlarda arttığı söylenebilir ayrıca bu durum, konunun güncel bir konu olduğunun göstergesidir. Çalışmalarda incelenen kaynak sayısının 31 ile 765 arasında değiştiği gözükmeğektir. Özispı ve Akdaş (2019), Ekinci (2022) ve Budak ve Özçelik (2022) bu alanda yerli çalışmaları oluşturmaktadır. Özispı ve Akdaş (2019) bu alanda yazılmış Türkiye’de lisansüstü tezleri incelemiştir. Ekinci (2022)’nin çalışması KOBİ sınırlaması olmaksızın sadece dijital teknolojileri incelemiştir alana genel bir katkı sağlamıştır. Ragazou ve diğerleri (2022) ve Madhavan ve diğerleri (2022) çalışmaları ile KOBİ’ler dahilinde dijitalleşme ve inovasyon ile ilişkili çalışmaları pandemi ve sonrası için karşılaştırmalı incelemiştirlerdir. Yanti ve diğerleri (2022) ise MRP (Malzeme İhtiyaç Planlaması) çerçevesinden KOBİ’lerin dijitalleşmesini içeren çalışmaları inceleyerek alana katkı sağlamıştır. Bütün çalışmalar değerlendirildiğinde tüm çalışmalar KOBİ’lerin dijital dönüşümüne yönelik farklı açılardan yaklaşırken KOBİ’lerin dijital dönüşümü ile ilgili bibliyometrik bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu çalışma ile daha geniş zaman aralığını içeren, dijital dönüşümü ifade eden arama stratejisindeki farklılıklar ve

daha fazla sayıda makale kullanımı ile yüksek temsil yeteneğine sahip bir çalışma ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve alana katkı sağlanmıştır.

2. YÖNTEM

Bilim haritalama ve bilim kümeleme teknikleri ele alınan konudaki benzerliklerin, farklılıkların, yönelişlerin ortaya konulmasını sağlaması adına araştırmacılara faydalar sağlar. Bilim haritalama teknikleri alandaki çalışmaların boyutların ve ilişkilerin durumlarını gruplandırarak sunar. Geleneksel literatür inceleme yöntemleriyle karşılaştırıldığında, sistematik derleme ile analiz araştırmacının üstesinden gelemeyeceği sayıda çalışmayı göz önüne almasına olanak sağlar (Snyder, 2019). Böylece önceki araştırma bulgularını sentezlemek daha kolay hale gelir. Bibliyometrik analiz, akademisyenlerin araştırma alanının durumunu ve gelişimini analiz etmelerine ve görselleştirmelerine olanak tanır ve ayrıca araştırma alanlarının daha iyi anlaşılmasını sağlar (Liao vd., 2018).

Bu çalışmada, sistematik derleme yapabilmek için temel yöntem olarak bibliyometrik analiz tercih edilmiştir. Bu yöntem ile araştırma stratejisi dahilindeki alanda yapılmış çalışmalar kapsamlı biçimde sentezlenir (Kurutkan & Orhan, 2018). Oluşturulan arama stratejisine bağlı literatürde yer alan çalışmalar taranır, konuya uygunluk durumuna göre çalışmaya dahil veya dışlama yapılır. Kodlama kısmında ele alınan yayın sayısının fazla olması durumunda metin madenciliği yazılımları araştırmacıya getireceği kolaylıklardan dolayı tercih edilebilir (Cebeci, 2021). Çalışmada ele alınan sistematik inceleme yöntemi Cebeci ve Niñerola ve diğerlerinin çalışmalarında yer alan sistematik inceleme yönteminden türetilmiştir (Cebeci, 2021; Niñerola vd., 2020). Akademik veri tabanlarından Scopus ve Web Of Science (WOS)'daki yayınlar arama stratejine göre ayrıştırılıp kullanılmıştır. Ele alınan yayınlara yazılım olarak R ve Bibliometrix ile metin madenciliği uygulanmıştır.



Şekil 1. Sistematik inceleme adımları

Veri tabanların arama yapılırken anahtar kelimelerin seçimi önemlidir. Bu çalışmada bu nedenle ön literatür incelemesi ile dijital dönüşüm ile alakalı anahtar kelimeler belirlenerek

bütünleşik bir arama yapılmıştır. Arama sırasında endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm ön aramasında belirlenen literatür kaynakları detaylı incelenerek ortak ve sıklıkla kullanılan yaklaşık 50 anahtar kelime ve tamlama seçilmiştir. Sonrasında SCOPUS veri tabanında arama yapılmış ve ilk derlem 12549 dokümanı kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Ekleme ve çıkarma stratejisi aşamasında ise zaman aralığı, yayın türü ve yayın dili kelimeleri eleme yapılmış ve son derlem 4132 makaleden oluşmuştur. Bilgi çıkarımı yapabilme adına son aşamada R yazılım paketinin bir aracı olan Biblioshiny paketi ile analizler gerçekleştirilerek, bulgular sunulmuştur.

Çalışmada arama stratejisi olarak dijital işletmeler ve KOBİ'ler ile ilişkili başlığında; “SME, Small And Medium Sized Enterprise, Small And Medium Enterprise, Small And Medium-sized Enterprises, Small And Medium Enterprises, Small-and-medium Enterprise, Family Business, Small- And Medium-sized Enterprise, Small And Medium Enterprises , Small And Medium Sized Enterprises” veya anahtar kelimelerinde “SME, Small And Medium Sized Enterprise, Small And Medium Enterprise, Small And Medium-sized Enterprises, Small And Medium Enterprises, Small-and-medium Enterprise, Family Business, Small- And Medium-sized Enterprise, Small And Medium Enterprises , Small And Medium Sized Enterprises” kelimeleri geçen ve yayın anahtarı; “Industry 4.0, Digital Transformation, Artificial Intelligence, Augmented Reality, Automation, Big Data, Blockchain, Cloud Computing, Cyber Physical System, Data Analytics, Data Handling, Data Mining, Decision Support Systems, Digital Innovations, Digital Manufacturing, Digital Storage, Digital Technologies, Digital Twin, Digitalisation, Digitalization, Digitization, E-commerce, E-learning, Electronic Commerce, Embedded Systems, Industrial Internet of Things, Industrial Revolutions, Industrie 4.0, Information And Communication Technologies, Information Management, Information Systems, Information Technology, Information Use, Innovation, Internet Of Things, Internet Of Things , Knowledge Based Systems, Machine Learning, Manufacturing Industries, Robotics, Smart Factory, Smart Manufacturing, Technology, Technology Adoption, Technology Transfer” veya başlığında; “Industry 4.0, Digital Transformation, Artificial Intelligence, Augmented Reality, Automation, Big Data, Blockchain, Cloud Computing, Cyber Physical System, Data Analytics, Data Handling, Data Mining, Decision Support Systems, Digital Innovations, Digital Manufacturing, Digital Storage, Digital Technologies, Digital Twin, Digitalisation, Digitalization, Digitization, E-commerce, E-learning, Electronic Commerce, Embedded Systems, Industrial Internet Of Things, Industrial Revolutions, Industrie 4.0, Information And Communication Technologies, Information Management, Information Systems, Information Technology, Information Use, Innovation, Internet Of Things, Internet Of Things , Knowledge

Based Systems, Machine Learning, Manufacturing Industries, Robotics, Smart Factory, Smart Manufacturing, Technology, Technology Adoption, Technology Transfer" olan 2012 ile 2021 yılları arasında dergilerde yayınlanan makalelerden İngilizce yayınlar ile sınırlandırılarak arama stratejisi oluşturulmuştur.

3. BULGULAR

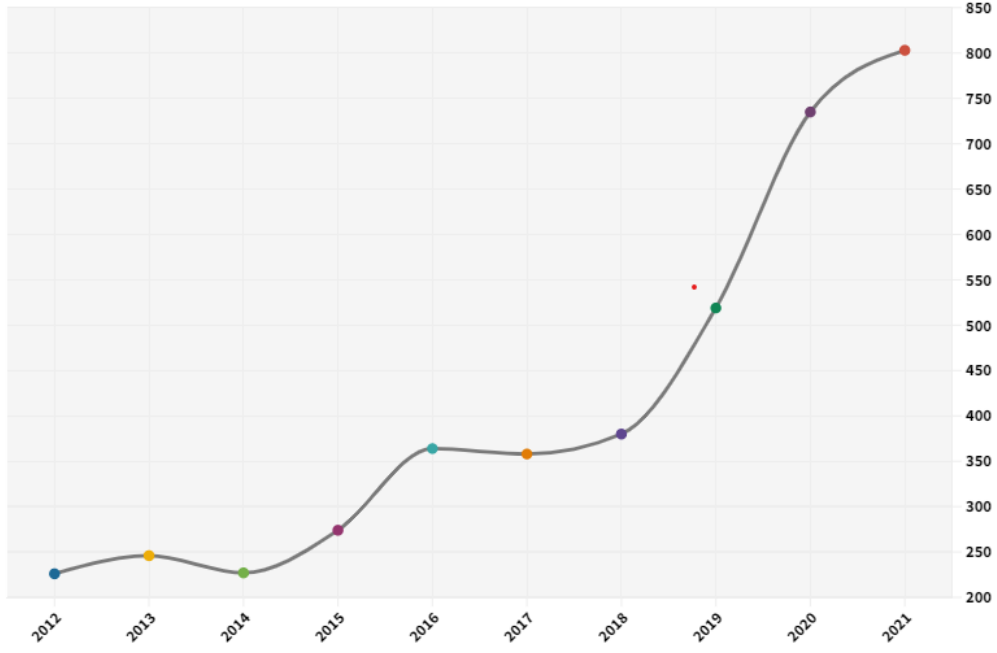
Dijital dönüşümün KOBİ'lerde etkilerini ele alan yayınları incelemeye yönelik çalışma ile ilgili toplamda 2012 – 2021 yılları arasında 4132 makale ele alınmıştır.

Tablo 2. Çalışmaya ait genel bulgular

Zaman Aralığı	2012-2021
Toplam Makale	4.132
Akademik Dergi Sayısı	1210
Yıllık Ortalama Büyüme Oranı %	15,13
Yayınların Ortalama Yaşı	4,24
Makale Başına Atıf Ortalama Atıf	18,83
Kaynakları	227.161
Yazar Sayısı	9.629
Tek Yazarlı Yayın	519
Makale Başına Ortalama Yazar	3,02
Yazar İş birliği Endeksi	%25,77

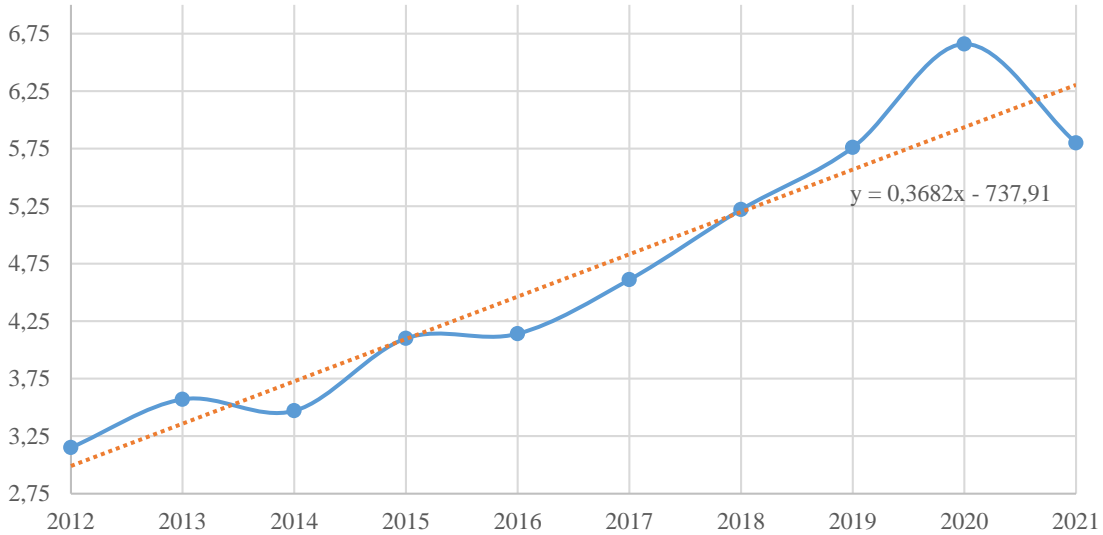
Ele alınan yayınlar çeşitli açılardan incelendiğinde yayınların 1210 farklı dergide yayınlandığı görülmektedir. Araştırma süresi içinde bir dergide konu ile ilgili yaklaşık 3,41 yayın ele alınmış olup bu tür yayınların belirli dergilerde yayınlandığı bu değer yüksekliğinden anlaşılmaktadır. Yine bu konu dahilinde yapılan çalışmaların ortalama yaşının 4,24 olduğu görülmektedir. Bu da konunun güncel olduğunun bir kanıtıdır. Tek yazarlı yayın sayısı yayınların %12,5'ini oluşturmaktadır. Çalışmalardaki makale başına ortalama yazar sayısı ise 3,02 olması yayınların birçok uzman tarafından oluşturulduğunun bir göstergesidir.

KOBİ'lerin dijital dönüşümü ile ilgili yayınların yıllar itibari ile değişim durumu Şekil 2'de incelendiğinde, yayın sayılarının giderek arttığı görülmektedir. Yayınların %50'si son üç yılda yapılmıştır. Alandaki yayınlar son yıllarda daha fazla çalışılır hale gelmiş, yayınlanma potansiyeli yüksek olan konular arasındadır.



Şekil 2. Yıllara itibari ile yayın sayısı

Yıllar itibari ile yayınların ortalama atıf sayıları incelemesi Şekil 3'te yer almaktadır. Çalışmaların aldıkları atıflar her yıl artarak devam etmiştir. Bu durum Şekil 2'deki yayın sayısındaki artışa paralel olarak gerçekleşmiştir denilebilir. Çalışmaların ortalama atıf sayılarının artarak devam etmesi ve son yıllarda altıyı geçmesi konunun ilgi uyandırdığının bu alanla ilişkili yayınların artacağına bir göstergesidir.



Şekil 3. Yıllara göre yayınların ortalama atıf sayıları

Bu konuda yayın yapan dergiler incelendiğinde dergilerin 2012 ve 2021 yıllarında kurulduğu görülmektedir. H- indeksine göre sıralanmış ilk on dergi Tablo 3'te görülmektedir.

Bu tabloya göre en çok yayını olan (225) 2014 yılında kurulan “Sustainability” dergisinde olmasına rağmen alandaki yayın sayısı 71 olan “Technological Forecasting And Social Change” dergisi h ve g indeksine göre en yüksek etkiye sahip dergi olmuştur.

Tablo 3. Alandaki dergilere ait bulgular

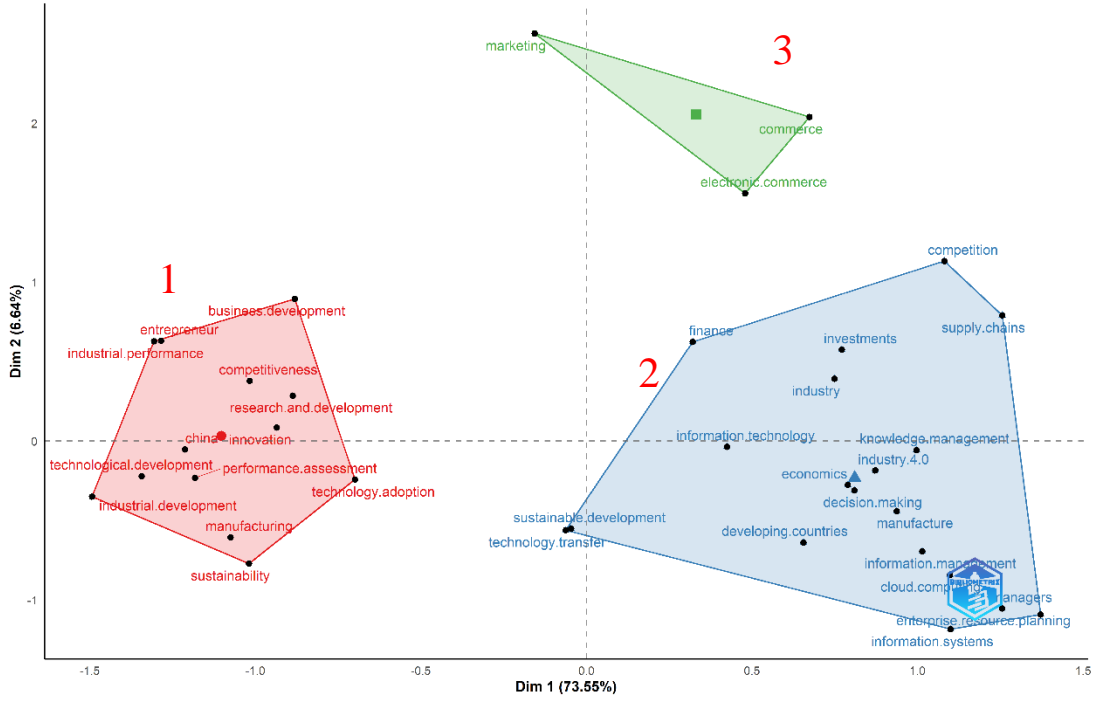
Dergi Adı	H-indeks	G-indeks	M-indeks	Kuruluş Yılı	Yayın Sayısı	Yayında Sıralaması
Technological Forecasting And Social Change	32	59	2,91	2012	71	2
Sustainability (Switzerland)	30	48	3,33	2014	225	1
Journal Of Cleaner Production	28	54	2,55	2012	57	3
Journal Of Business Research	25	46	2,50	2013	46	6
Small Business Economics	23	26	2,09	2012	28	9
international Journal Of Information Management	20	24	2,00	2013	24	14
Journal Of Small Business And Enterprise Development	19	32	1,73	2012	33	7
Research Policy	19	22	1,73	2012	22	18
Technology Analysis And Strategic Management	19	29	1,73	2012	53	4
International Journal Of innovation Management	13	21	1,18	2012	47	5

Ele alınan çalışmalara dayanılarak oluşturulmuş kelime bulutu Şekil 4’te yer almaktadır. Kelime bulutu gösterimi çalışmalarda en çok geçen ifadeleri sıklık derecelerine göre görselleştirmeyi sağlar. En çok öne çıkan ifadeler bu gösterimde daha büyük gösterilir. Böylece önemli ifadeler göz önüne getirilir (Riggs & Hu, 2013). Bu konuda en çok vurgu yapılan kelimeler inovasyon, bilgi teknolojileri, bilgi yönetimi, endüstri 4.0 kavramları olmuştur.



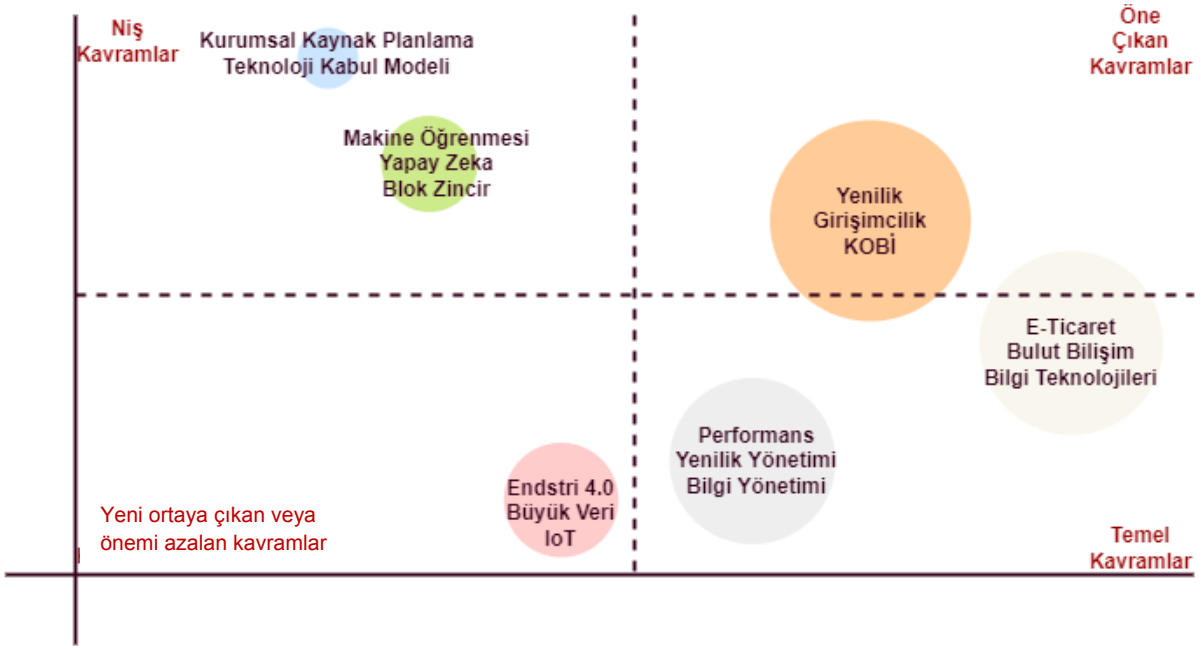
Şekil 4. Çalışmalarda sık geçen kavramlar

Metin madenciliğine dayalı bibliyometrik çalışmalarda kavramların birlikte kullanımı ve benzeşmelerini göstermek için çoklu benzeşim analizi (multiple correspondence analysis) analizi gösteriminden yararlanır. Bu analize göre durum şekil 5’te gösterilmiştir.



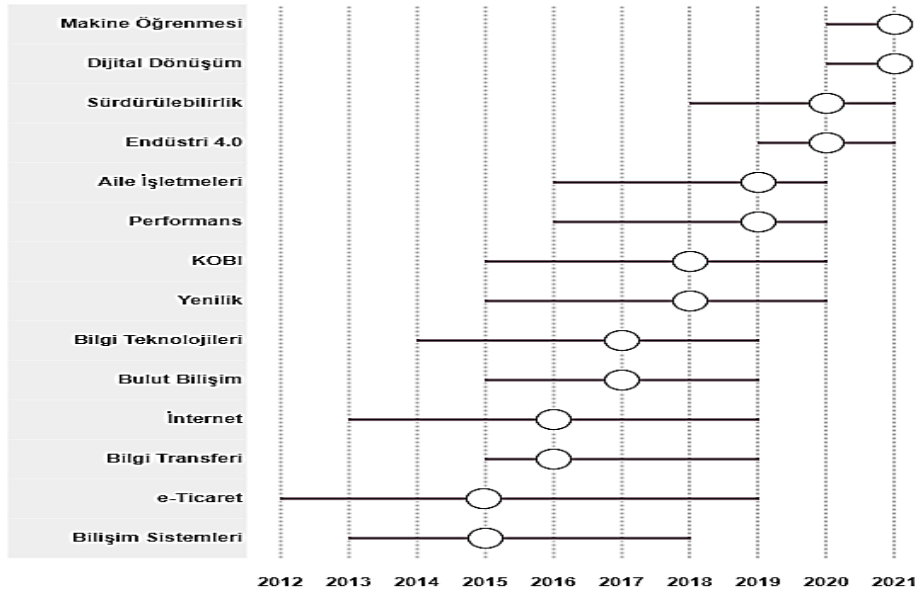
Şekil 5. Çoklu benzeşme analizi

Şekil 5'te yer alan çoklu benzeşme analizine göre üç farklı küme oluştuğu görülmüştür. İlk küme incelendiğinde daha çok endüstriyel gelişim ve iyileştirmeler odaklı olduğu söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında süreç odaklı çalışmaların daha fazlasıyla bu grupta yer aldığı ifade edilebilir. İkinci grup ise bilgi teknolojileri ile yönetiminin ara kesitinde yer almaktadır. Bu grubun aslında dijital dönüşümü bir yönetim aracı olarak sürdürülebilir kalkınma için odak noktaya koyduğu ifade edilebilir. Son grupta ise işletme ve dış çevresinin ara kesitinde, bir diğer deyişle müşteri odağındadır. Özellikle modern veri analizi tekniklerinin (büyük veri, veri madenciliği vb.) alanda sıklıkla kullanılmasının bu durumu destekleyebileceği ifade edilebilir.



Şekil 6. Tematik harita

Alanda öne çıkan ve potansiyeli olan konuları belirlemek adına yapılan analiz sonuçları şekil 6’da verilmiştir. Buna göre girişimcilik ve inovasyon eksenli çalışmaların ön planda olduğu görülmektedir. E-ticaret, bulut bilişim ve bilgi teknolojileri gibi teknik konuların ise hala literatürde temel odaklar arasında olduğu değerlendirilebilir. Diğer taraftan sürdürülebilirlik için elzem olan yenilik yönetimi, bilgi yönetimi ve performans değerlendirmenin de keza kritik olduğu görülmektedir. Diğer taraftan blok zincir, yapay zekâ, makine öğrenmesi gibi kavramların bir şekilde literatürdeki önemli olan yerini kaybettiği de anlaşılmaktadır.



Şekil 7. Yıllara göre ön plana çıkan kavramlar

Kavram odaklı yapılan analizde önceki yıllarda daha çok işletmelerin dış çevresi ile irtibatını destekleyen müşteri odaklı bilişim yapıları (bilişim sistemleri, e-ticaret, internet, bilgi transferi) ön plana çıkarken, takip eden yıllarda biraz daha yönetim ve performans odaklı kavramların (Yenilik, performans yönetimi, aile işletmeleri) literatürde sıkça yer aldığı görülmektedir. Son yıllarda ise bu durum sürdürülebilirlik, buna bağlı olarak dijital dönüşüm ve endüstri 4.0 ifadeleri lehinde gelişerek bu kavramlar yayınlarda sıkça bahsedilir olmuştur.

4. SONUÇ

KOBİ'ler yapıları gereği değişime hızlı uyum sağlayabildikleri gibi değişime yüksek dirençte gösterebilen işletme yapılarıdır (Halis, 2002). Endüstri 4.0'ın eşliğinde olan dünyamızda KOBİ'lerin dijital dönüşümü kaçınılmaz değişimlerdendir. Son yıllarda alanda yapılan akademik çalışmaların artış göstermesi de bunu destekler niteliktedir.

Son yıllarda yapılan analizlerin bulgularının da desteklediği gibi dijital dönüşüm ve akabinde sürdürülebilirlik, işletmeler için çekirdek faaliyetler arasına girmiştir. Bu anlamda bu yönelimi daha iyi açıklayabilmek adına yapılan bu çalışmada bilim haritalama teknikleri ile KOBİ'lerin dijital dönüşümü ile ilgili akademik literatürün özetlenmesi ve çalışmaların yıllar içerisindeki seyrinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma sonucuna göre süreç, yönetim ve müşteri odaklı olarak makalelerin ayrıldığı ve yıllar içerisinde yönetim odaklı sürdürülebilirlik ve süreç odaklı yenilik gibi kavramların literatürde önemli yer kapladığı anlaşılmıştır. İş dünyasının teknolojiyi işlerine entegre etmesinin öneminin anlaşılması ve bu teknolojilerdeki artış bunu destekler niteliktedir. Ayrıca atıf analizleri bulguları dikkate alındığında yayın potansiyeli yüksek bir alan olduğu görülmektedir. Dergi bazlı analizlerde bu durumu destekler niteliktedir. Bütünsel olarak tüm bu değerlendirmeler alanda yayın yapmak isteyen akademisyenler için önemli bir yol gösterici olarak değerlendirilebilir.

Çalışmada temel veri kaynağı SCOPUS olarak alınmıştır. Her ne kadar sosyal bilimlerin alanında en kapsamlı akademik veri tabanlarından biri olsa da diğer veri tabanlarını da kapsayacak şekilde ileriki çalışmalar için veri seti genişletilebilir. Anahtar kelimeler ön literatür incelemesi sonucunda elde edilmiştir. Bu inceleme genişletilerek daha fazla kavram örneğinin temsil yeteneğini artırılabilir. Bunun yanında ekleme ve çıkarma stratejileri esnetilerek çok daha fazla yayına ulaşıp, analiz noktasında makine öğrenmesi ve yapay zeka teknikleri ile yeni bir bakış açısı kazanılabilir. Ayrıca bilim haritalama tekniğine alternatif olarak yeterli araştırma zamanı ile birincil veriler ile araştırma alanı tekrar ele alınıp bulgular kıyaslanabilir.

KAYNAKÇA

- Bayülken, Y., & Kütükoğlu, C. (2012). Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri (KOBİ'ler). *Baskı, TMMOB Makina Mühendisleri Odası Yayın No: MMO/583*, Ankara.
- Bin, M., & Hui, G. (2021). A systematic review of factors influencing digital transformation of SMEs. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(11), 1673-1686.
- Budak, N., & Özçelik, A. (2022). Devletin dijitalleşmesini tartışmak: Dijital hükümet literatürü üzerine bibliyometrik bir analiz. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 9(1), 62-82.
- Buhalis, D., & Murphy, H. (2009). Information communication technologies (ICTs), entrepreneurship and SMTEs. *Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives, Oxford: Elsevier*, 287-300.
- Cebeci, H. İ. (2021). Artificial intelligence applications in management information systems: A comprehensive systematic review with business analytics perspective. *Artificial Intelligence Theory and Applications*, 1(1).
- Cho, W., Fan, M., Yoo, B., & Zhang, H. (2021). Special issue on digital transformation: challenges and opportunities. *Information Systems and e-Business Management*, 19(2), 387-388.
- Dąbrowska, J., Almpantopoulou, A., Brem, A., Chesbrough, H., Cucino, V., Di Minin, A., Giones, F., Hakala, H., Marullo, C., & Mention, A. L. (2022). Digital transformation, for better or worse: a critical multi-level research agenda. *R&D Management*.
- Ekinci, G. (2022). Dijital teknolojiler, yapay zekâ, girişimcilik ve inovasyon yayınları bibliyometrik analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (55), 163-188.
- Fenwick, N. (2015). Digital predator or digital prey. *Forrester Research, March*, 3.
- Halis, M. (2002). Training and developmental needs of managers of SMEs. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 117-138.
- Hamelink, C. J. (1997). New information and communication technologies, social development and cultural change. *Citeseer*, 86.
- Karaman Akgül, A., & Doğaner Gönel, F. (2014). İleri imalat teknolojileri kullanımının imalatçı kobi'ler üzerindeki etkileri. *Üretim Ekonomisi Kongresi, İzmir*.
- Korpela, K., Hallikas, J., & Dahlberg, T. (2017). Digital supply chain transformation toward blockchain integration. *In proceedings of the 50th Hawaii international conference on system sciences*.
- Kurutkan, M. N., & Orhan, F. (2018). Sağlık politikası konusunun bilim haritalama teknikleri ile analizi. *İksad Yayınevi*.
- Liao, H., Tang, M., Luo, L., Li, C., Chiclana, F., & Zeng, X.-J. (2018). A bibliometric analysis and visualization of medical big data research. *Sustainability*, 10(1), 166.
- Llopis-Albert, C., Rubio, F., & Valero, F. (2021). Impact of digital transformation on the automotive industry. *Technological forecasting and social change*, 162, 120343.
- Madhavan, M., Wangtueai, S., Sharafuddin, M. A., & Chaichana, T. (2022). The Precipitative Effects of Pandemic on Open Innovation of SMEs: A Scientometrics and Systematic Review of Industry 4.0 and Industry 5.0. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 152.
- Mikail, E. (2010). Ekonomik Kriz ve KOBİ'ler. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1).
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M.-V., & Hernández-Lara, A.-B. (2020). Quality improvement in healthcare: Six Sigma systematic review. *Health Policy*, 124(4), 438-445.
- Özispä, N., & Akdaş, O. (2019). Dijital dönüşüm konusunda yapılmış çalışmaların lisansüstü tezlere dayalı bibliyometrik analizi. *Mersin Üniversitesi Denizcilik ve Lojistik Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 60-75.

Piccinini, E., Hanelt, A., Gregory, R., & Kolbe, L. (2015). Transforming industrial business: the impact of digital transformation on automotive organizations. *Thirty Sixth International Conference on Information System, Forth Worth 2015*.

Ragazou, K., Passas, I., & Sklavos, G. (2022). Investigating the strategic role of digital transformation path of smes in the era of COVID-19: A bibliometric analysis using R. *Sustainability*, 14(18), 11295.

Riggs, R. J., & Hu, S. J. (2013). Disassembly liaison graphs inspired by word clouds. *Procedia CIRP*, 7, 521-526.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 104, 333-339.

Tutkunca, T. (2020). İşletmelerde dijital dönüşüm ve ilgili bileşenlerinin analiz edilmesi üzerine kavramsal bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 65-75.

Üzmez, S. S., & Büyükbeşe, T. (2021). Dijitalleşme Sürecinde Bilgi Yönetiminin İşletmelerin Teknoloji Uyumuna Etkileri. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 16(2), 117-127.

Westerman, G., & Bonnet, D. (2015). Revamping your business through digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 56(3), 10.

Yankın, F. B. (2019). Dijital dönüşüm sürecinde çalışma yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1-38.

Yanti, Y., Ismail, T., Hanifah, I. A., & Muschlich, M. (2022). Bibliometric analysis of the concept of using enterprise resource planning in the micro, small and medium enterprises (MSME) sector.



Covid-19 Pandemisinin Sağlık İşletmelerine Finansal Etkisi: MLP Sağlık Grubu Örneği

Aydın ŞENOL¹, Mehmet Halit METİN^{2*}

Geliş Tarihi/Received Date: 18.09.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 18.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Bu çalışmada, Borsa İstanbul'da (BİST) işlem gören MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin 2019-2021 yılları arasında finansal tablolarında yer alan kalemlerin değişimi karşılaştırmalı finansal analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma ile işletmenin gelir tablosu ve bilanço dikkate alınarak enflasyon katsayısı hesaplanmış ve analizler yapılmıştır. MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin Covid-19 Pandemi sürecinin etkileri ve mali tablolar aracılığı ile finansal etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Enflasyonist etkinin olmadığı ya da az olduğu dönemlerde enflasyon göz ardı edilebilir. Fakat enflasyonist etkinin yüksek olduğu zamanlarda karşılaştırmalı finansal tabloları enflasyon kat sayısına göre düzenlemek gerekmektedir. Bu nedenle önceki dönem verilerini, cari dönemdeki TEFE/TÜFE'nin artış oranına göre düzeltilmiştir. Yöntem olarak, mali analiz türlerinden yatay analiz yöntemi kullanılmıştır. Analizler sonucu işletmenin, enflasyon ve pandemi sürecinden olumsuz etkilendiği, genel mali durumunun pandemi öncesine göre negatif bir eğilim gösterdiği saptanmıştır. Bunun yanı sıra işletmenin özkaynaklarının pandemi sürecinde artış gösterdiği ve işletme bünyesinde atıl kaynağın olduğu görülmektedir. İşletmenin duran varlıklarını uzun vadeli yabancı kaynaklar (UVYK) ile karşılamadığı, özsermaye ve kısa vadeli yabancı kaynaklarda yararlandığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mali Analiz, Yatay Analiz, MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş., Covid-19

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Akyazı Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Orcid No: 0000-0001-5136-9463

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Orcid No: 0000-0003-1922-842X

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: y215021019@subu.edu.tr

Financial Impact of Covid-19 Pandemic on Healthcare Businesses: The Case of MLP Healthcare Group

ABSTRACT

In this study, the change of the items in the financial statements of MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş., which is traded in Borsa Istanbul (BIST) between the years 2019-2021, was evaluated using the comparative financial analysis method. In this study, the inflation coefficient was calculated and analyzed by considering the income statement and balance sheet of the enterprise. It is aimed to investigate the effects of the Covid-19 Pandemic process of MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş. and its financial effects through financial statements. Inflation can be ignored in periods when there is no or little inflationary effect. However, when the inflationary effect is high, it is necessary to arrange the comparative financial statements according to the inflation coefficient. Therefore, the previous period data has been adjusted according to the increase rate of WPI/CPI in the current period. As a method, horizontal analysis method, one of the financial analysis types, was used. As a result of the analysis, it was determined that the business was adversely affected by the inflation and pandemic process, and the general financial situation showed a negative trend compared to the pre-pandemic period. In addition, it is seen that the equity of the processing has increased during the pandemic process and there is an idle resource within the enterprise. It is seen that the firm does not cover its fixed assets with long-term liabilities (LVR), and it benefits from equity and short-term liabilities.

Keywords: Financial Analysis, Horizontal Analysis, MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş., Covid-19

1. GİRİŞ

Covid-19 olarak bilinen yedinci insan koronavirüsü şiddetli akut solunum sendromu (SARSCoV-2), Ocak 2020'de Çin'in Hubei eyaletine bağlı Vuhan kentinde son zamanlarda görülen pnömoni salgını sırasında keşfedilmiştir (Ciotti vd., 2020). 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü tarafından ilan edilen koronavirüs hastalığı (Covid-19) 203'ten fazla ülkede 720.000'den fazla vakanın görülmesine yol açmıştır (Ohannessian vd., 2020). Covid-19 salgını, hızlı yayılması ve yüksek ölümlere neden olması dünya çapında bir acil durum oluşturmuştur. Şiddetli akut solunum sendromu koronavirüs 2 (SARS-CoV-2) ile enfekte olan kişi sayısı, dünya çapında hızlı bir artış göstermiştir. Covid-19 tanısı konulan hastalarda pnömoni, şiddetli akut

solunum sıkıntısı sendromu semptomları ve çoklu organ yetmezliği meydana gelmiştir (Yang vd., 2020). Pandemi bütün dünyayı etkisi altına alarak ekonomilerin küçülmesine, üretim ve tüketimin azalmasına, dünya çapında işsizliğin artmasına sebebiyet vermiştir (Şenol, 2020). Bu tablo karşısında bütün ülkeler sağlık politikalarını sorgulamak ve yeniden tasarlamak zorunda kalmışlardır. Çalışan sayısı, hastanelerin fiziki yapısı, yoğun bakım ünite sayısı, solunum cihazı sayısı, tıbbi sarf malzeme miktarı gibi mevcut alanlarda hastaneler yeniden düzenlenme yoluna gitmişlerdir (Sarıyıldız vd., 2021). Covid-19'un yayılmasını önlemek, etkisini azaltmak için yönetim, finansman, sağlık işgücü, tıbbi ürünler, halk sağlığı işlevleri, sağlık hizmeti sunumu ve toplum katılımını ele alan alanlar hakkında raporlar ilan edilmiştir. İlan edilen raporların ardından küresel sağlık sistemlerinin dayanıklılığını güçlendirmeye yönelik önlemler alınmaya başlanmıştır (Haldane vd., 2021).

İnsan yaşamı süresince, insanlık çok sayıda salgın hastalığıyla karşı karşıya kalmıştır. Bu salgınlar toplu ölümlere neden olurken, verimliliği ve iş gücünü düşürerek uluslararası ekonomik çöküşe de neden olmuşlardır. Covid 19'u diğer salgınlardan ayıran en önemli özelliği, küresel bir etki yaratarak tüm dünya için belirsizliğe neden olmasıdır (Ak Bingül vd., 2020). Bu belirsizlik içerisinde tedarik zinciri, finansal piyasalar, ihracat, ithalat, istihdam ve üretim gibi alanlarda büyük ekonomik sıkıntılar ve kayıplar meydana gelmiştir. Özellikle hizmet sektörü olan sağlık sektörünün tedarik zincirinde meydana gelen gecikmeler ve bozulmalar toplum sağlığını olumsuz etkileyerek geri dönüşmez sonuçlar yaratmıştır (Oral & Eroğlu Sevinç, 2020).

Teknoloji alanındaki büyüme, yaşlı nüfusun artması, hastalıkların kronik hale gelmesi ve artması, sağlık harcamalarının artması sağlık kurumlarını mali açıdan ciddi sıkıntılara sokmaktadır. Sağlık işletmeleri bu finansal sıkıntılardan kurtulmak ve sağlık hizmeti sunumunun devamlılığını sürdürmek için mali performanslarını düzenli olarak finansal yönetim uygulamalarına tabi tutmaktadırlar (Bıçakçı vd., 2018). Mali analiz, ilgili şirketin mali tablolarında bulunan kalemlerin zaman içinde nasıl değiştiğini ve hangi yönde eğilim gösterdiğini incelemektedir. Amaç ilgili şirketin nakit, kar-zarar, borç ödeme gücünü göstermek ve geleceğe yönelik tahminde bulunabilmektir. Mali analiz yöntemiyle işletmenin genel durumuna bakılır ve böylece işletmenin geleceğine dair kararlar verilebilmektedir (Özer, 2012). Hastanelerin etkili yönetimi için karlılığın sağlanması önemlidir. Bunu yapmak için hastaneler karlılığı etkileyen tüm faktörleri belirlemeli ve bir yönetim planı oluşturmalıdır. Bu nedenle hastanelerin finansal göstergeleri, mali tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkileri ortaya koyarak işletme için bir yönetim planı oluşturabilmektedir (Lee, 2015).

Bu makalenin amacı, karşılaştırmalı tablolar analizi yöntemini uygulayarak MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin 2019-2021 yılları arasında mali tablolarında yer alan kalemler arasındaki

ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu çalışma, sağlık işletmesinin 2019, 2020 ve 2021 bilanço ve gelir tabloları esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Pandemi süreciyle döviz korundaki yükselişler dikkate alınarak, daha gerçekçi verilere ulaşmak amacıyla enflasyon katsayı düzeltilmiştir. Bu sayede 2020 ve 2021 yılındaki finansal verileri 2019 yılındaki finansal veriler ile karşılaştırarak işletmeye ve literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

İlgili tablolar MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin Borsa İstanbul'da (BİST'de) işlem gören mali tablolarından elde edilmiştir. Şirketin ilgili yıllara ait mali tabloları karşılaştırmalı (yatay) analiz ile değerlendirilmiştir.

2. COVID 19 VE SEKTÖREL ETKİLERİ

Covid 19 pandemisi, ülkeleri sınırlı bir alanda etkilemekle kalmayıp küresel çapta ve bütün sektörlerdeki süreçleri olumsuz yönde etkilemiştir. Pandemi sürecinde istihdam durma noktasına gelmiş, yapılan sözleşmeler askıya alınmış, işletmeler büyük mali kayıplar yaşamış, süresiz izne çıkarmaların yanı sıra işten çıkarmalar da meydana gelmiştir (Şen & Bütün, 2021). Şiddetli akut solunum sendromu koronavirüs 2'nin (SARS-CoV-2) dünya çapında yayılması ile yıkıcı etkileri ülkeler çapında görülmeye başlamıştır (Silva & Pena, 2021).

Öndeş ve Özkan (2021), Bilişim sektöründe çalışan 18 şirketi esas alarak mali performans değerlendirmesini; Covid öncesi, Covid dönemi ve Covid sonrası şeklinde yapmıştır. Bu değerlendirme neticesinde her üç dönem için de özkaynak oranı en önemli performans kriteri olduğu görülmektedir. Covid öncesi ve Covid döneminde finansal performansa en az etki eden kalemlerin, net satışların artış oranı iken Covid sonrası için net çalışma sermayesi devir hızı oranı olduğu görülmektedir.

Arpacıoğlu ve diğerleri (2021) sağlık çalışanları üzerinde yaptığı çalışmada; Covid 19 salgını sağlık çalışanların yükünü artırdığı ve buna paralel olarak çalışanların moral, motivasyon ve iş doyumunun pandemiyle birlikte azaldığını göstermiştir.

Peiris ve diğerleri (2021) Covid 19 sonrası dönemde yüksek, kaliteli, hakkaniyetli ve insan merkezli birinci basamak sağlık hizmetlerini teşvik edilmesi ve halk sağlığı krizlerine gelecekteki müdahaleleri iyileştirmek için öncelik verilmesinin gerekliliğini vurgulamıştır. Pandeminin bir sonucu olarak, dünya çapında geniş bir sağlık sistemi adaptasyonunun yaşandığını vurgulamışlardır. Bu tür bir adaptasyon sorununun sağlık sisteminin sağlamlığı ele alınmadığında eşitsizlikleri daha da derinleştirebileceğini savunmuşlardır.

Hastanelerin kârlılık göstergesi, hastanelerin işletme performanslarını gösteren önemli bir araçtır. 1980'lerin sonlarından bu yana, bilim adamları hastanelerin karlılığını etkileyen faktörleri belirlemeye ve hastane yönetim planlarını keşfetmek için aktif olarak çalışmaktadırlar. Finansal

tablolar analizi, iş ortamındaki değişikliklerin analizi için vazgeçilmez bir kaynaktır (Lee, 2015). Mali analiz, bir işletmenin mevcut gücünü ve zayıflığını belirlemek, işletmenin bu güçlü yönlerinden yararlanmak, zayıf yönlerini düzeltmek ve izleyebileceği yolu gösteren bir finansal göstergedir. Finansal verileri seçerek, değerlendirerek, yorumlayarak ve iş performansı ile birleştirerek; şirket faaliyetlerinin verimliliğini, yönetim maliyetlerini, kredi politikalarının genel niteliğini ve likiditeye olan ihtiyacını değerlendirebilmektedir (Wang, 2013). Mali analizin temel amacı finansal tablolarda yer alan kalemler arasında yatay, dikey, oran ve trend analizlerini yaparak her bir kalemin geçmişteki ve şimdiki değişimlerin belirlenmesi ve bu kalemlerin geleceği hakkında bilgi vererek işletmeye yol göstermektir (Özolgun, 2017).

Bir işletmenin birden fazla döneme ait finansal verilerini karşılaştırarak analiz eden ve çıkan analiz sonucuna göre işletmenin mali planlamasını sağlayan finansal sistem karşılaştırmalı tablolar analizidir (Özolgun, 2017). Mazman İtik (2021) çalışmasında BİST’te kayıtlı 9 şirketin bilanço tablolarını analiz ederek şirketlerin kalemleri arasındaki oransal dağılımı tespit etmiş, ardından şirketleri birbiriyle kıyaslayarak yorumlamıştır. Bu şirketlerin geçmiş döneme ait olumsuzluklara ve yükselen maliyetlere rağmen çoğunun kar ettiği çalışma sonucunda anlaşılmıştır.

Karaca & Boztosun (2022) sağlık kurumlarında finansal analiz çalışmasında “karşılaştırmalı tablolar”, “yüzde yöntemi”, “eğilim yüzdeleri yöntemi” ve “oran analizi” yöntemlerini kullanarak kamu hastanesinin borcunun fazla olduğunu ve ödeme konusunda da sorunlar yaşadığını göstermiştir. Mevcut gelirlerin giderleri karşılamadığı ve stok devir hızı düşük iken alacak devir hızının yüksek olduğu sonucuna varmıştır.

Kaya & Biçer (2022) Sivas ilinde iki tane kamu hastanesinin birleşme öncesi ve birleşme sonrasındaki mali performanslarını “karşılaştırmalı tablolar analizi” ve “oran analizi” yöntemleriyle değerlendirmeye almış, çalışmanın sonunda kamu hastanelerinin birleşme sonrası istenilen mali hedeflerin elde edilmediği sonucuna varmıştır. Birleşme sonrasında nakit akışının kötü gittiği, net çalışma sermayesinin olumsuz etkilendiği, işletme borçlarının arttığı ve ödeme süresinin uzadığı, işletmenin maliyet ve giderlerinde artışın fazla olduğu tespit edilmiştir.

Beyhan (2020) MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.’nin (MLPCARE) geçmişe dönük mali tablolarını yatay analiz yöntemi kullanarak incelemiştir. Değerlendirme sonucu işletmenin borç yükünün fazla olduğu ve finansman giderlerinin işletmeyi zarara soktuğu görülmektedir. İşletme 2018 de halka arz olmasıyla birlikte elde ettiği gelirleri mali borçlarını azaltmak amacıyla kullanmıştır. İşletmenin kendisini fazla borçlandırarak mali açıdan risklerle karşı karşıya gelirken aynı zamanda halka arz olunarak geleceğe yönelik önlemler aldığı görülmektedir.

Benzer bir çalışmayı Özgülbaş ve diğerleri (2008) 797 özel hastanenin mali durumunu trend ve oran analizi yöntemleriyle incelemiştir. Kamu hastanelerin performansını ölçmede kullanılan gösterge öz sermaye karlılık oranıyken, özel sağlık kuruluşlarının ise bu gösterge net karlılık oranı olarak gösterilmektedir. Yıllara göre özel hastanelerin net satışlarında bir büyümenin olduğu, araştırmaya alınan hastanelerin %52'sinin mali performans göstergelerinin yüksek olmamasına rağmen kısa borçlarını ödeyebildikleri ve likidite sıkıntısı çekmedikleri görülmüştür. Sağlık işletmelerinin mali performans düzeylerinin net çalışma sermayesinin yanı sıra likidite durumundan da etkilendiği saptanmıştır.

Sağlık kurumlarında mali tablolar analizinin amacı, hastanenin belli dönemdeki gelir ve bilanço tablolarını farklı analiz yöntemleriyle değerlendirmeye tabi tutmaktır. Böylece sağlık kurumunun karlılık durumunu, uzun ve kısa vadeli borç karşılama gücünü, nakit akışını saptayarak gelecekte olabilecek senaryolar tasarlayıp işletmeyi önceden haberdar etmektir (Özer, 2012). İşletmelerin mali tablolarını Yatay (Karşılaştırmalı) Analiz, Dikey (Yüzde Yöntemiyle) Analiz, Eğilim Trend Yüzdeleriyle Analiz ve Rasyo (Oran) Analizi yöntemleri kullanılmaktadır. Çalışmamızda Karşılaştırmalı (Yatay) Analiz yöntemini kullanarak MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin 2019-2021 yılları arasında mali yapısındaki değişimi saptamak ve Covid-19 pandemisinin sağlık hizmetlileri üzerindeki etkisini ölçmek hedeflenmiştir.

3. SAĞLIK HİZMETLERİ VE MALİ TABLOLAR ANALİZİ

Sağlık sektörü alanında yapılan çalışmalara bakıldığında, hastanelerin mali yapısı, mali performansı, sağlık ekonomisi, etkili maliyet yönetimi, işletme karlılığı ve işletmenin gelir-gider yönetimi gibi alanlarda daha çok çalışıldığı görülmektedir (Çankaya, 2020). Sağlık hizmetleri; koruyucu, tedavi edici ve rehabilite amaçlı olarak sağlık hizmet sunumunu gerçekleştirmektedir. Sağlık tanımını Dünya Sağlık Örgütü; sağlığın sadece sakatlık ve hastalığın olmayışı olarak değil, beden, ruhen ve mental olarak tam iyilik hali şeklinde tanımlamaktadır (Yılmaz & Eksi, 2018). Buna ek olarak bireyin hem sosyal hem de ekonomik açıdan üretebilir durumda olması olarak da tanımlanabilmektedir (Kesgin & Topuzoğlu, 2006).

Sağlık hizmetindeki teknolojik gelişmeler, artan kronik ve küresel hastalıklar sağlık kurumlarının finansal yükünü de artırmaktadır. Bu nedenle sağlık hizmet sunucuları, mali yapılarını etkin ve verimli bir şekilde değerlendirmek durumundadırlar (Bülüş vd., 2017). Özel teşebbüs olarak kurulan işletmeler gibi özel sağlık kurumları da yönetim fonksiyonlarını en etkili şekilde yürütür ve sağlık kurumunun finansal performansı ölçerek en uygun mali yapıyı oluşturmak istemektedir (Yılmaz & Eksi, 2018). Sağlık kurumlarında mali analizin amacı geçmiş dönem veya anlık finansal verilere bakarak gelecekte oluşabilecek problemleri önceden

belirleyip finansal planlamasını bu doğrultuda oluşturmaktır. Bu sayede sağlık hizmeti sunarken oluşabilecek riskleri en aza indirmiş olacaktır (Uzun vd., 2003). Sağlık kurumlarında mali tabloların analizi ve mali yapısının finansal performansı, faaliyet sonuçlarını ve mali açıdan gelişme durumunu göz önüne alarak incelemektedir. Sağlık kurumunun mali tablolarında bulunan kalemlerin kendi arasındaki ilişkileri inceleyerek gelecekte sağlık kurumunun finansal yapısıyla ilgili tahminde bulunmasını sağlamaktadır (Bülüç vd., 2017).

3.1. Karşılaştırmalı Tablolar (Yatay) Analizi

Yatay analiz, finansal tablo verilerinin zaman içindeki değişimini veya belirli bir döneme göre değişimlerini bir kıyaslama olarak analiz etmektedir (Wang, 2013). Karşılaştırmalı mali tablolar analizinde kalemler arasındaki ilişkiden ziyade kalemlerin incelenen zaman içinde göstermiş olduğu azalışlar ve artışlar incelenmektedir. Böylece işletmenin gelişme yönü hakkında bilgi verebilecek verileri gösterebilmektedir (Özer, 2012). Karşılaştırmalı mali tablolar analiz yöntemi bir kurumun belli bir dönemine ait mali tabloları analiz ettiği gibi birden fazla dönemi de karşılaştırmalı olarak analiz edebilmektedir. Analiz edilen tablolar kurumun geçmiş dönem ile bugünkü durumu arasında karşılaştırma yapılarak kurumunun geleceğine yönelik planlama yapılabilir (Özyürek & Erdo, 2011; Şenol & Sancak, 2022).

Yatay eğilim analizi, bir işletmenin zaman içindeki performansını değerlendirmek için önemli bir araçtır. Meydana gelen ilerleme ve gerilemeleri ayırt etmeyi mümkün kılmaktadır. İşletme sahiplerinin yöntemlerine veya tercihlerine bağlı olarak, kısa, orta ve uzun vadeli hedefler koymak için gerekli önlemleri almaktadırlar. Bu sayede, geleceği düşünürken geçmiş davranışları gözlemek, şirketin gelecekteki hedefleri ile uyumlu olmaları için geçmiş eğilimleri düzeltmesine olanak tanımaktadır (Rocha & Guarda, 2018).

4. COVID-19'UN ETKİLERİNİN MLP SAĞLIK HİZMETİ A.Ş. ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Covid-19 pandemisi bütün dünyayı etkisi altına alarak, insanlık tarihinin başına gelen küresel salgınlardan biri haline gelmiştir. Covid-19'un sebep olduğu küresel tedarik zincirindeki aksaklıklar yavaş yavaş azalırken Rusya ve Ukrayna arasında başlayan savaş; sağlık, sosyal, ekonomik ve ticari alanda dünyamız için sıkıntılı bir dönemi daha başlatmıştır. Araştırmamızın amacı MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin 2019, 2020, 2021 yıllarına ait finansal verileri incelenerek, pandemi ve savaşın sebep olduğu olumsuz koşulların MLP A.Ş. üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Pandemiyle birlikte döviz kurlarındaki yükseliş sağlık sektörünün tedarik

zincirini olumsuz etkilemiştir. Enflasyon katsayısı düzeltilmesiyle kur farkının yarattığı olumsuz şartlar düzeltilerek daha sağlıklı verilere ulaşmak amaçlanmıştır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı, Kısıtları, Veri Seti

Araştırmanın kapsamı Covid 19 Pandemisinin MLP Sağlık Hizmeti üzerindeki olumlu ve olumsuz finansal etkilerini analiz etmektir. Bunu yaparken de enflasyon kat sayısını da göz önünde bulundurarak karşılaştırmalı tablolar analizi kullanılmıştır.

Enflasyon kat sayısı cari dönemdeki Toptan Eşya Fiyat Endeksi'nin (TEFE) veya Tüketici Fiyat Endeksi'nin (TÜFE) geçmiş dönemdeki TEFE veya TÜFE oranlarına bölünmesiyle meydana gelen artış oranı olarak hesaplanır. **Düzelme Katsayısı= Cari Yıl Fiyat Endeksi / Geçmiş Yıl Fiyat Endeksi** (Polat, 2018).

Bu çalışmada Üretici Fiyat Endeksine göre düzenleme yapılmıştır. 2019, 2020, 2021 yılındaki ÜFE oranları sırasıyla 450, 555, 858 olarak belirlenmiştir. Bu oranlar doğrultusunda tablo 5'teki düzeltme katsayısı tablosu oluşturulmuştur.

İşletmeye ait finansal bilgiler Kamu Aydınlatma Platformundan (<https://investor.mlpcare.com/finansal-bilgiler/finansal-sonuclar/>) elde edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmamızda 2019-2021 dönemini kapsayan Borsa İstanbul'da sağlık sektöründe yer alan MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin bilanço ve gelir tablosundaki veriler karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Kamu Aydınlatma Platformundan (<https://www.kap.org.tr/tr/sirket-finansal-bilgileri/4028e4a1462cc5dd01465c9550782baa>) elde edilen mali tablo bilgileri karşılaştırmalı analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

4.4. Karşılaştırmalı Tablolar Analizi Sonucu Elde Edilen Bulgular

Karşılaştırmalı tablolar analizi sağlık kurumunun 2019-2021 yılları arasındaki gelir ve bilanço tabloları kullanılarak yapılmıştır. Analizde sabit yıl yöntemi ile sağlık işletmesinin 2019 yılı verileri esas alınmış ve 2020- 2021 yıllarındaki değişimler bu sabit yıl ile karşılaştırılarak belirlenmiştir. Covid-19 etkisini ortaya çıkartmak için yapılan analizlerde enflasyon katsayısı düzeltilmiştir.

4.4.1. MLP Sağlık A.Ş. 2019-2021 Bilanço Tablosuna İlişkin Karşılaştırmalı Tablolar Analizi

Tablo 1. MLP sağlık hizmetleri a.ş. 'nin finansal durum tablolarının düzeltilmiş enflasyon katsayısına göre karşılaştırmalı tablolar analizi

VARLIKLAR	2019	2020	2021	Artış/Azalış TL		Artış/Azalış %	
				20/19 Farkları	21/19 Farkları	20/19 Değişim	21/19 Değişim
Dönen Varlıklar	3.271.754	3.277.917	2.741.333	6.163	-530.421	0,2	-16,2
Nakit ve Nakit Benzerleri	580.760	562.496	680.241	-18.264	99.481	-3,1	17,7
Ticari Alacaklar	1.882.701	1.732.674	1.318.054	-150.027	-564.647	-8,0	-32,6
Diğer Alacaklar	115.902	126.551	117.757	10.649	1.855	9,2	1,5
Stoklar	171.884	170.223	285.276	-1.661	113.393	-1,0	66,6
Diğer Dönen Varlıklar	520.509	685.974	340.005	165.465	-180.504	31,8	-26,3
Duran Varlıklar	4.165.769	3.579.858	3.006.788	-585.911	-1.158.981	-14,1	-32,4
Ticari Alacaklar	2.001	1.580	1.053	-421	-948	-21,1	-60,0
Diğer Alacaklar	4.822	4.110	3.876	-712	-946	-14,8	-23,0
Kullanım Hakkı Varlıkları	446.665	386.160	539.308	-60.505	92.643	-13,5	24,0
Maddi Duran Varlıklar	1.473.917	1.146.368	1.014.733	-327.550	-459.184	-22,2	-40,1
Şerefiye	76.412	57.992	38.661	-18.421	-37.751	-24,1	-65,1
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	971.394	957.282	663.078	-14.112	-308.316	-1,5	-32,2
Ertelemiş Vergi Varlığı	755.983	602.297	421.896	-153.687	-334.087	-20,3	-55,5
Diğer Duran Varlıklar	434.574	424.071	324.183	-10.503	-110.391	-2,4	-26,0
TOPLAM VARLIKLAR	7.437.523	6.857.775	5.748.121	-579.748	-1.689.402	-7,8	-24,6
KAYNAKLAR	0	0	0	0	0		
Kısa Vadeli Yükümlülükler	3.682.992	3.580.050	3.318.172	-102.942	-364.820	-2,8	-10,2
Finansal Borçlar	1.635.526	1.466.768	1.274.251	-168.758	-361.275	-10,3	-24,6
Ticari Borçlar	1.560.212	1.480.695	1.546.337	-79.517	-13.875	-5,1	-0,9
Diğer Borçlar	69.116	77.526	64.967	8.410	-4.149	12,2	-5,4
Ertelemiş Gelirler	156.020	332.246	243.730	176.225	87.710	113,0	26,4
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	8.843	26.562	35.663	17.719	26.820	200,4	101,0
Borç Karşılıkları	59.176	59.186	52.807	10	-6.369	0,0	-10,8
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	194.100	137.069	100.417	-57.032	-93.683	-29,4	-68,3
(Ara Toplam)	3.682.992	3.580.050	3.318.172	-102.942	-364.820	-2,8	-10,2
Uzun Vadeli Yükümlülükler	3.301.562	2.754.440	1.760.752	-547.122	-1.540.810	-16,6	-55,9
Finansal Borçlar	2.826.972	2.270.628	1.474.898	-556.344	-1.352.074	-19,7	-59,5
Diğer Borçlar	138.179	159.707	93.102	21.527	-45.077	15,6	-28,2
Ertelemiş Gelirler	4.098	3.317	18.374	-782	14.276	-19,1	430,4
Uzun vadeli karşılıklar	38.291	45.311	37.944	7.020	-347	18,3	-0,8
Ertelemiş Vergi Yükümlülüğü	294.021	275.478	136.434	-18.543	-157.587	-6,3	-57,2
Özkaynaklar	452.970	523.286	669.197	70.316	216.228	15,5	41,3
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	437.004	423.581	538.636	-13.423	101.632	-3,1	24,0
Ödenmiş Sermaye	395.270	312.056	208.037	-83.215	-187.233	-21,1	-60,0
Hisse Senedi İhraç Primleri	1.056.708	834.243	556.162	-222.465	-500.546	-21,1	-60,0
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	19.494	0	0	-19.494	-19.494	0,0	0,0
Geçmiş Yıllar Kar/Zararları	-1.130.783	-838.347	-482.677	292.436	648.106	-25,9	-77,3
Dönem Net Kar/Zararı	68.877	97.395	290.423	28.518	221.546	41,4	227,5
Diğer Özsermaye Kalemleri	27.438	18.234	-33.309	-9.204	-60.747	-33,5	-333,2
Azınlık Payları	15.966	99.705	130.561	83.739	114.595	524,5	114,9
TOPLAM KAYNAKLAR	7.437.523	6.857.775	5.748.121	-579.748	-1.689.402	-7,8	-24,6

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2. MLP sağlık hizmetleri a.ş.’nin finansal durum tablolarının karşılaştırmalı tablolar analizi

MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.’nin Finansal Durum Tablolarının Karşılaştırmalı Tablolar Analizi				Artış/Azalış TL		Artış/Azalış %	
VARLIKLAR	2019	2020	2021	20/19 Farkları	21/19 Farkları	20/19 Değişim	21/19 Değişim
Dönen Varlıklar	1.721.976	2.185.278	2.741.333	463.302	1.019.357	27	59
Nakit ve Nakit Benzerleri	305.663	374.997	680.241	69.334	374.578	23	123
Ticari Alacaklar	990.895	1.155.116	1.318.054	164.221	327.159	17	33
Diğer Alacaklar	61.001	84.367	117.757	23.366	56.756	38	93
Stoklar	90.465	113.482	285.276	23.017	194.811	25	215
Diğer Dönen Varlıklar	273.952	457.316	340.005	183.364	66.053	67	24
Duran Varlıklar	2.192.510	2.386.572	3.006.788	194.062	814.278	9	37
Ticari Alacaklar	1.053	1.053	1.053	0	0	0	0
Diğer Alacaklar	2.538	2.740	3.876	202	1.338	8	53
Kullanım Hakkı Varlıkları	235.087	257.440	539.308	22.353	304.221	10	129
Maddi Duran Varlıklar	775.746	764.245	1.014.733	-11.501	238.987	-1	31
Şerefiye	40.217	38.661	38.661	-1.556	-1.556	-4	-4
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	511.260	638.188	663.078	126.928	151.818	25	30
Ertelenmiş Vergi Varlığı	397.886	401.531	421.896	3.645	24.010	1	6
Diğer Duran Varlıklar	228.723	282.714	324.183	53.991	95.460	24	42
TOPLAM VARLIKLAR	3.914.486	4.571.850	5.748.121	657.364	1.833.635	17	47
KAYNAKLAR							
Kısa Vadeli Yükümlülükler	1.938.417	2.386.700	3.318.172	448.283	1.379.755	23	71
Finansal Borçlar	860.803	977.845	1.274.251	117.042	413.448	14	48
Ticari Borçlar	821.164	987.130	1.546.337	165.966	725.173	20	88
Diğer Borçlar	36.377	51.684	64.967	15.307	28.590	42	79
Ertelenmiş Gelirler	82.116	221.497	243.730	139.381	161.614	170	197
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	4.654	17.708	35.663	13.054	31.009	280	666
Borç Karşılıkları	31.145	39.457	52.807	8.312	21.662	27	70
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	102.158	91.379	100.417	-10.779	-1.741	-11	-2
(Ara Toplam)	1.938.417	2.386.700	3.318.172	448.283	1.379.755	23	71
Uzun Vadeli Yükümlülükler	1.737.664	1.836.293	1.760.752	98.629	23.088	6	1
Finansal Borçlar	1.487.880	1.513.752	1.474.898	25.872	-12.982	2	-1
Diğer Borçlar	72.726	106.471	93.102	33.745	20.376	46	28
Ertelenmiş Gelirler	2.157	2.211	18.374	54	16.217	3	752
Uzun vadeli karşılıklar	20.153	30.207	37.944	10.054	17.791	50	88
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	154.748	183.652	136.434	28.904	-18.314	19	-12
Özkaynaklar	238.405	348.857	669.197	110.452	430.792	46	181
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	230.002	282.387	538.636	52.385	308.634	23	134
Ödenmiş Sermaye	208.037	208.037	208.037	0	0	0	0
Hisse Senedi İhraç Primleri	556.162	556.162	556.162	0	0	0	0
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	10.260	0	0	-10.260	-10.260	-100	-100
Geçmiş Yıllar Kar/Zararları	-595.149	-558.898	-482.677	36.251	112.472	-6	-19
Dönem Net Kar/Zararı	36.251	64.930	290.423	28.679	254.172	79	701
Diğer Özsermaye Kalemleri	14.441	12.156	-33.309	-2.285	-47.750	-16	-331
Azımlık Payları	8.403	66.470	130.561	58.067	122.158	691	1.454
TOPLAM KAYNAKLAR	3.914.486	4.571.850	5.748.121	657.364	1.833.635	17	47

Kaynak: <https://investor.mlpcare.com/finansal-bilgiler/finansal-sonuclar/>

Enflasyon katsayısı düzeltilmesinden sonra tablo 1’de de görüldüğü gibi 2020-2019 yılları arasında dönen varlıklarda %0,2’lik bir artışın olduğu saptanmıştır. Aynı şekilde KVKYK (Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar)’da %2,8’lik bir azalış görülmüştür. 2021-2019 verileri

incelendiğinde dönen varlıkların %16,2 oranında azalış gösterdiği ve KVK ise %10,2 oranında azalma olduğu görülmektedir. Dönen varlıklar ile KVK arasında orantılı bir artış ve azalış görülmektedir. Bu durumda MLP Sağlık A.Ş.'nin sağlık işletmesinin enflasyondan olumsuz etkilendiğini göstermektedir.

İşletmenin aktif yapısı incelendiğinde 2019 ile 2021 yılları arasında azalış trendi gösterdiği görülmüştür. Tablo 1'deki verilere göre işletmenin 2020 yılındaki dönen varlıklarının 2019 oranla %0,2 oranında azalma olduğu, duran varlıklarda ise %14,1 oranında azalma olduğu görülmektedir. İşletmenin 2021 verileri incelendiğinde 2019 yılına oranla dönen varlıklarında %16,2 oranında azalma, duran varlıklarında ise %32,4 oranında azalma olduğu görülmektedir. İşletme finans kuralları gereği duran varlıkların UVK (Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar) ile karşılanması beklenir (Dayı, 2013). Tablo 1'teki veriler incelendiğinde bu kuralı tam anlamıyla karşılamadığı görülmektedir. Özellikle 2021 yılında işletme duran varlıklarına yeni bir şube katmasına rağmen (MLPCARE Yatırımcı İlişkiler, 2021) duran varlıklarında %32,4'lük bir azalış meydana gelmiş, buna karşılık UVK'da %55,9 bir artışın olduğu görülmektedir. Bu da işletmenin duran varlıklarını UVK ile karşılamadığını göstermektedir. Bu durumda işletme 2021 yılındaki duran varlıklarını karşılarken, öz sermaye ve KVK'dan yararlanabileceği varsayılmaktadır. Pandemi döneminde sağlık işletmenin UVK'tan kaçındığını buna karşılık KVK'a yöneldiği tespit edilmiştir.

Tablo 1 yer alan veriler doğrultusunda işletmenin pasif yapısı incelendiğinde öz kaynakların büyük bir orana sahip olduğu görülmektedir. KVK yıllar içerisinde azalış gösterdiği ve 2021 yılında %10,2 oranıyla en yüksek negatif yönlü değerine ulaştığı görülmektedir. Öz kaynakların yıllar içerisinde artış gösterdiği ve 2021 yılına katlanarak büyüdüğü görülmektedir. İşletmenin öz kaynaklarının fazla olması, işletmenin iflas riskini azaltırken elinde fazla atıl kaynağının olduğunu ve işletmelerinin ödeme gücünün yüksek olduğunu gösterir. Pandemi döneminde işletmenin borçluluk yapısı düşerken öz sermaye oranında büyük bir artış olması özellikle hisse senetlerinde meydana gelen artıştan kaynaklanabilmektedir.

İşletmeler alacaklarını olabildiğince kısa sürede tahsil etmek isterken, borçlarını mümkün olan en uzun vadede ödemek istemektedirler. Tablo 1'de yer alan verilere göre işletmenin ticari alacaklarının sürekli azaldığı ve 2021 yılında %56,5 oranıyla en yüksek değerine ulaştığı görülmektedir. Ticari alacaklarının azalması işletmenin nakit mevcudunu artırır. Sağlık işletmelerinde ticari alacak devir hızı oldukça yüksektir (Dayı, 2013). İşletmenin ticari borçları incelendiğinde izlenen yıllar içerisinde sürekli azalarak 2021 yılında %0,9 oranıyla en düşük değerine ulaştığı görülmektedir.

4.4.2. MLP Sağlık A.Ş 2019-2021 Gelir Tablosuna İlişkin Karşılaştırmalı Tablolar Analizi

Tablo 3. MLP sağlık a.ş 2019-2021 gelir tablosun düzeltilmiş enflasyon katsayısına göre yatay analizi

MLP Sağlık A.Ş 2019-2021 Gelir Tablosun Düzeltilmiş Enflasyon Katsayısına Göre Yatay Analizi							
Kar veya zarar kısmı	2019	2020	2021	Artış/Azalış TL		Artış/Azalış %	
				20/19 Farkları	21/19 Farkları	20/19 Değişim	21/19 Değişim
Hasılat 20	7.049.869	6.207.574	5.795.954	-842.296	-1.253.915	-11,9	-17,8
Satışların maliyeti (-)	-	-	-	-	-	-	-
Brüt kar	5.428.372	4.728.621	4.216.994	699.751	1.211.378	-12,9	-22,3
Genel yönetim giderleri (-)	1.621.498	1.478.953	1.578.960	-142.545	-42.538	-8,8	-2,6
Esas faaliyetlerden diğer gelirler	-587.390	-411.308	-561.472	176.082	25.918	-30,0	-4,4
Esas faaliyetlerden diğer giderler (-)	634.765	866.752	581.770	231.987	-52.995	36,5	-8,3
Esas faaliyet karı	-673.463	-769.156	-546.206	-95.693	127.257	14,2	-18,9
Yatırım faaliyetlerinden gelirler	995.409	1.165.240	1.053.052	169.831	57.643	17,1	5,8
Yatırım faaliyetlerinden giderler (-)	251.994	183.352	9.885	-68.641	-242.109	-27,2	-96,1
Finansman geliri öncesi faaliyet karı	-2.912	-3.794	-1.042	-882	1.870	30,3	-64,2
Finansman giderleri, net	1.244.490	1.344.798	1.061.895	100.308	-182.595	8,1	-14,7
Sürdürülen faaliyetler vergi öncesi kar	-	-	-	-	-	-	-
Sürdürülen faaliyetler vergi gideri	1.088.168	1.057.957	-690.010	30.210	398.158	-2,8	-36,6
Dönem vergi gideri	156.323	286.841	371.885	130.518	215.562	83,5	137,9
Ertelenmiş vergi geliri/(gideri), net	-49.242	-96.660	-16.676	-47.418	32.566	96,3	-66,1
Sürdürülen faaliyetler net dönem karı	-38.169	-52.755	-82.329	-14.586	-44.160	38,2	115,7
Net dönem karının dağılımı	-11.073	-43.905	65.653	-32.832	76.726	296,5	-692,9
Kontrol gücü olmayan paylar	107.081	190.180	355.209	83.100	248.128	77,6	231,7
Ana ortaklık payları	38.076	89.784	64.786	51.708	26.710	135,8	70,1
Net dönem karı	69.004	100.396	290.423	31.392	221.419	45,5	320,9
Sürdürülen faaliyetlerden pay başına kazanç	107.081	190.180	355.209	83.100	248.128	77,6	231,7
Diğer kapsamlı gider kısmı	0	0	1	0	1	48,1	332,6
Kar veya zararda yeniden sınıflandırılmayacaklar	-23.033	-19.397	-7.718	3.635	15.315	-15,8	-66,5
Tanımlanmış fayda planları yeniden ölçüm kayıpları	-28.791	-24.246	-9.648	4.544	19.143	-15,8	-66,5
Diğer kapsamlı gelire ilişkin vergiler	5.758	4.849	1.930	-909	-3.828	-15,8	-66,5
Toplam kapsamlı gelir	84.048	170.783	347.491	86.735	263.443	103,2	313,4
Toplam kapsamlı gelirin dağılımı	-	-	-	-	-	-	-
Kontrol gücü olmayan paylar	38.076	89.784	64.786	51.708	26.710	135,8	70,1
Ana ortaklık payları	45.972	80.999	282.705	35.027	236.733	76,2	515,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4. MLP sağlık a.ş. 2019-2021 gelir tablosun yatay analizi

MLP Sağlık A.Ş 2019-2021 Gelir Tablosun Yatay Analizi							
Kar veya zarar kısmı	2019	2020	2021	Artış/Azalış tl		Artış/Azalış %	
				20/19 Farkları	21/19 Farkları	20/19 Değişim	21/19 Değişim
Hasılat 20	3.703.598	4.014.679	5.795.954	311.081	2.092.356	8,4	56,5
Satışların maliyeti (-)	-2.851.756	-3.058.183	-4.216.994	-206.427	-1.365.238	7,2	47,9
Brüt kar	851.842	956.496	1.578.960	104.654	727.118	12,3	85,4
Genel yönetim giderleri (-)	-308.581	-266.009	-561.472	42.572	-252.891	-13,8	82,0
Esas faaliyetlerden diğer gelirler	333.469	560.562	581.770	227.093	248.301	68,1	74,5
Esas faaliyetlerden diğer giderler (-)	-353.799	-497.443	-546.206	-143.644	-192.407	40,6	54,4
Esas faaliyet karı	522.931	753.606	1.053.052	230.675	530.121	44,1	101,4
Yatırım faaliyetlerinden gelirler	132.383	118.581	9.885	-13.802	-122.498	-10,4	-92,5
Yatırım faaliyetlerinden giderler (-)	-1.530	-2.454	-1.042	-924	488	60,4	-31,9
Finansman geliri öncesi faaliyet karı	653.784	869.733	1.061.895	215.949	408.111	33,0	62,4
Finansman giderleri, net	-571.661	-684.222	-690.010	-112.561	-118.349	19,7	20,7
Sürdürülen faaliyetler vergi öncesi kar	82.123	185.511	371.885	103.388	289.762	125,9	352,8
Sürdürülen faaliyetler vergi gideri	-25.869	-62.514	-16.676	-36.645	9.193	141,7	-35,5
Dönem vergi gideri	-20.052	-34.119	-82.329	-14.067	-62.277	70,2	310,6
Ertelemiş vergi geliri/(gideri), net	-5.817	-28.395	65.653	-22.578	71.470	388,1	-1228,6
Sürdürülen faaliyetler net dönem karı	56.254	122.997	355.209	66.743	298.955	118,6	531,4
Net dönem karının dağılımı				0	0	0,0	0,0
Kontrol gücü olmayan paylar	20.003	58.067	64.786	38.064	44.783	190,3	223,9
Ana ortaklık payları	36.251	64.930	290.423	28.679	254.172	79,1	701,1
Net dönem karı	56.254	122.997	355.209	66.743	298.955	118,6	531,4
Sürdürülen faaliyetlerden pay başına kazanç	0,17	0,31	1,4	0	1	82,4	723,5
Diğer kapsamlı gider kısmı	-12.100	-12.545	-7.718	-445	4.382	3,7	-36,2
Kar veya zararda yeniden sınıflandırılmayacaklar				0	0	0,0	0,0
Tanımlanmış fayda planları yeniden ölçüm kayıpları	-15.125	-15.681	-9.648	-556	5.477	3,7	-36,2
Diğer kapsamlı gelire ilişkin vergiler	3.025	3.136	1.930	111	-1.095	3,7	-36,2
Toplam kapsamlı gelir	44.154	110.452	347.491	66.298	303.337	150,2	687,0
Toplam kapsamlı gelirin dağılımı				0			
Kontrol gücü olmayan paylar	20.003	58.067	64.786	38.064	44.783	190,3	223,9
Ana ortaklık payları	24.151	52.385	282.705	28.234	258.554	116,9	1070,6

Kaynak: <https://investor.mlpcare.com/finansal-bilgiler/finansal-sonuclar/>

Tablo 5. Enflasyon düzeltme katsayısı hesaplama tablosu

Enflasyon Düzeltme Katsayısı Hesaplama Tablosu			
Yıllar	ÜFE	Enflasyon Düzeltme Katsayısı	
2019	450,97	858,43/450,97=	1,9
2020	555,18	858,43/555,18=	1,5
2021	858,43	858,43/858,43=	1,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Net satışlar ile satışların maliyetleri hesapları arasında doğrusal bir orantı söz konusudur. İzlenen yıllar arasında net satışlar ve satışların maliyeti kalemleri sürekli bir azalış göstermiştir. Tablo 3 'deki verilerde görüldüğü üzere 2021 yılında bu kalemlerde ciddi bir azalış görülmektedir. Sağlık işletmesinin satışlarının, satış maliyetlerinden daha fazla artması artan satışları daha az maliyetle gerçekleştirdiğini göstermektedir. Pandemi döneminde sağlık hizmet

ihtiyacında ciddi bir artışın olmasına rağmen işletmenin net satışlarında azalma meydana gelmiştir. Sağlık işletmeleri SUT'a (Sağlık Uygulama Tebliği) bağlı olduğundan isteği doğrultusunda fiyat yükseltmesi yapamamaktadır. Sağlık işletmesinin net satışlarını yükseltmenin yolu satışların maliyetini düşürmektir (Dayı, 2013). 2019 yılına göre hizmet üretimi artmasına rağmen satışların maliyeti yüksek olduğundan net satışlarında azalma meydana gelmektedir. Bu durum enflasyonun etkisinin yanı sıra pandemi etkisini de göstermektedir.

Net satışlardan satışların maliyetinin düşürülmesiyle brüt satış karı hesaplanmaktadır. Brüt satış karı net satışlar ve satışların maliyetiyle doğrudan ilişkilidir. Net satışlar artarken satışların maliyetinin azalması brüt satış karlılığını da arttırmaktadır. Satışların maliyetinin azalması, maliyetlerin etkin yönetildiğini göstermektedir. Bu da brüt satış karını arttırmaktadır. Ancak tablo 3 verileri incelendiğinde izlenen yıllar içerisinde işletmenin brüt satış karının azalış gösterdiği görülmektedir. İşletmeler brüt satış karını arttırabilmek için ya satışların maliyetini kısma ya da satış fiyatlarını yükseltme yoluna gitmektedirler. Sağlık işletmelerinin SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu) tarafından belirlenen fiyatlara müdahale imkânı olmadığından brüt karlarını arttırabilmenin tek yolu maliyetleri kısma (Dayı, 2013). Pandemi döneminde ihtiyaç duyulan yoğun sağlık hizmetine karşılık işletmenin brüt satış karı artmadığı görülmektedir.

İşletme brüt kârından faaliyet giderlerinin düşülmesi sonucu ortaya çıkan faaliyet kârı 2020 yılında %17,1 oranında artarken 2021 yılında bu oran %5,8 oranında olduğu görülmektedir. Sağlık işletmesinin finansman giderleri 2020 yılında %2,8 azalırken, 2021 yılında bu oran %36,6 olarak azalma göstermektedir. İşletmenin izlenen yıllar içerisinde finansman giderlerinin azalması, finansman kaynağının iyi yönetildiğinin ya da işletmenin yabancı kaynak kullanımında azalma olduğunun göstergesi olabilmektedir. Dönem vergi gideri incelendiğinde işletmenin yıllara göre verileri sırasıyla %38,2 ve %115,7 oranında arttığı görülmektedir.

5. SONUÇ

Covid-19 salgınının, başta toplum sağlığı olmak üzere birçok alanda ekonomik, kültürel ve çevresel etkileri olmuştur. Kısa zamanda küresel bir sorun haline gelen Covid-19, ülkeleri etkisi altına alarak ekonomilerini küçülmüş, sağlık sistemlerini işlemez hale getirmiştir. Pandemiye karşı alınan ilk önlemler maske takma zorunluluğu ve sokağa çıkma kısıtlamaları olmuştur. Bunun yanı sıra okulların kapatılıp online eğitime geçilmesi, seyahat kısıtlamaları, alış-veriş merkezlerin kapatılması, toplu taşımaya kısıtlama getirilmesi gibi yeni kurallar hayata geçirilmiştir. Tüm bunlara rağmen sağlık kurumları tüm kapasiteyle sağlık hizmeti vermeye devam etmişlerdir. Yurt içi ve yurt dışından gelen bütün hastalara hizmet vermek amacıyla pandemi hastaneleri ve yeni ekipler kurulmuş, toplum sağlığını iyileştirmek için önlemler

alınmıştır. Bu süreçte ülkemizde kamu ve özel hastanelerin yoğun bakım servisleri çoğunlukla Covid-19 hastalığından yatan hastalar için kullanılmış ve tedavi süreçlerine bu servislerde devam edilmiştir. Bu durum hastanelerin maliyetlerinin her zamankinden daha fazla olmasına neden olmuştur. Covid-19 ile birlikte döviz kurundaki yükseliş ve tedarik zincirindeki bozulmalar hastane maliyetlerinin artmasına neden olmuş ve sağlık hizmet sunumunun devamlılığını olumsuz yönde etkilemiştir.

Pandemi süreci hastanelerin potansiyel hasta sayısını artırmış, tıbbi stoklarının azalmasına neden olmuş, hastane genel maliyetlerinin artmasına yol açmıştır. Ülkemizde sağlık hizmeti vermeye devam eden MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin 2019-2021 yıllarındaki finansal tabloların, enflasyon katsayısının düzeltilmesinden sonraki analizinde genel bir düşme eğilimi gösterdiği görülmektedir. Bu durumun daha çok dövizdeki yükselişten kaynaklandığı, enflasyon katsayısı düzeltilmesi yapılmadan önce, 2020 ve 2021 yıllarındaki finansal durumunun 2019 yılındaki finansal durumuna göre iyi olduğu finansal analizinde görülmektedir. İşletmenin finansal analizinin sonucunda, genel bir düşme eğilimi gösterirken özkaynaklarında 2020 yılında %15,5 ve 2021 yılında ise %41,3 oranında yükseldiği görülmektedir. Bu durum işletmenin elinde atıl kaynağın olduğu ve işletmenin iflas riskine karşı kendisini güvence altına aldığı görülmektedir.

İşletme stoklarında pandemi süreciyle birlikte %258,4 oranıyla artış politikası izlemiştir. 2021 yılı bilanço tablosu incelendiğinde ise stokların %26,6 oranına düşürdüğü görülmektedir. Covid-19 Pandemisinin başlamasıyla dünya çapında sağlık alanında yaşanan tıbbi malzeme tedarik sıkıntısından etkilenme riskine karşı stok arttırma yoluna gitmiştir. Aşı uygulamalarının başlamasıyla beraber pandemi etkisi azalmış, işletme 2021 yılında stok oranında düşürme yoluna gittiği görülmektedir.

İşletmenin bünyesine yeni bir hastane katmasına rağmen duran varlıklarında, 2021 yılında %32,4 oranında azalma olduğu görülmektedir. Bu durum enflasyon etkisinden kaynaklandığı saptanmıştır. Ayrıca duran varlıklarını uzun vadeli yabancı kaynakla karşılamadığı yapılan finansal analizde görülmüştür. İlişkili kalemlerin birbirini karşılamadığı, ticari alacağını tahsil etme yoluna giderken, ticari borçlarında ise önceki yıllara benzer oranda sabit tuttuğu görülmektedir.

MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin finansal tablolarına ilişkin yapılan önceki çalışmalarda, işletmenin özkaynaklarında yabancı kaynak oranının yüksek olduğu, kendisini yabancı kaynaklarla finanse ettiği görülmüştür. Aşırı borçlanmanın finansman giderlerinin yüksek olmasına ve işletmenin zarar etmesine neden olduğu saptanmıştır. Çalışmamızda ise özkaynak oranının yüksek, yabancı kaynaklar oranının ise düşük olduğu tespit edilmiş, işletme duran varlıklarını

öz kaynak kullanarak karşılamıştır. Özkaynak oranının yüksek olması net çalışma sermayesinin pozitif olduğu anlamına gelmektedir. İşletme, borçlarını azaltma yoluna giderek enflasyonun etkisini azaltmaya çalışmıştır. Genel olarak MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin pandemi sürecinden ve pandeminin sebep olduğu enflasyonist etkiden olumsuz etkilendiği görülmüştür.

Enflasyon etkisinin MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.'nin üzerinde fazla olduğu görülmektedir. Enflasyon kat sayısı düzeltilmesi yapılmadan önce finansal tablolarının bütün kalemlerinde artışlar olduğu tespit edilmiştir. Döviz kurundaki artışla birlikte 2020 ve 2021 yıllarındaki mali tablolardaki kalemlerin gerçek değerlerin 2019 yılında ki değerlere göre negatif bir eğilim gösterdiği görülmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde enflasyon katsayısını dikkate alan ilk çalışma olup, literatüre katkı sağlayacağı beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Ak Bingül, B., Türk, A., & Ak, R. (2020). Covid-19 bağlamında tarihteki büyük salgınlar ve ekonomik sonuçları. *Journal of Turkish Studies*, 15(4), 189-200. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.44242>

Arpacıoğlu, M. S., Baltacı, Z., & Ünübol, B. (2021). Covid-19 pandemisinde sağlık çalışanlarında tükenmişlik, Covid korkusu, depresyon, mesleki doyum düzeyleri ve ilişkili faktörler. *Cukurova Medical Journal*, 46(1), 88-100.

Beyhan, T. E. (2020). MLP sağlık hizmetleri anonim şirketinin finansal performansının üç farklı yöntem ile analiz. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2), Art. 2. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i2.1495>

Bıçakçı, H., Agirbas, I., Işıkçelik, F., & Turgut, M. (2018). Özel hastanelerde finansal analiz (financial analysis in private hospitals). *III. Uluslararası Al-Farabi Sosyal Bilimler Kongresi*, 782-787

Bülüç, F. Özkan, O., & Ağırbaş, İ. (2017). Oran analizi yöntemiyle özel hastane finansal performansının değerlendirilmesi. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(11), 9.

Ciotti, M., Ciccozzi, M., Terrinoni, A., Jiang, W.-C., Wang, C.-B., & Bernardini, S. (2020). The Covid-19 pandemic. *Critical Reviews in Clinical Laboratory Sciences*, 57(6), 365-388. <https://doi.org/10.1080/10408363.2020.1783198>

Çankaya, M. (2020). Sağlık sektörü işletmelerinde işletme sermayesi yönetiminin karlılık üzerindeki etkisi: Borsa İstanbul (BİST) Örneği. 14.

Dayı, F. (2013). Sağlık işletmelerinde uygulamalı finansal analiz.

Haldane, V., De Foo, C., Abdalla, S. M., Jung, A.-S., Tan, M., Wu, S., Chua, A., Verma, M., Shrestha, P., Singh, S., Perez, T., Tan, S. M., Bartos, M., Mabuchi, S., Bonk, M., McNab, C., Werner, G. K., Panjabi, R., Nordström, A., & Legido-Quigley, H. (2021). Health systems resilience in managing the COVID-19 pandemic: Lessons from 28 countries. *Nature Medicine*, 27(6), Art. 6. <https://doi.org/10.1038/s41591-021-01381-y>

Karaca, M., & Boztosun, D. (2022). Sağlık kurumlarında finansal analiz: Kayseri ilinde bir kamu hastanesi örneği. 11(1), 27.

Kaya, Y., & Biçer, E. B. (2022). Hastane birleşmelerinin finansal analizi: Kamu hastanelerinde bir uygulama. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 8(8), 69-94.

Kesgin, C., & Topuzoğlu, A. (2006). Sağlığın tanımı: Başa çıkma. *Journal of Istanbul Kültür University*, 3, 49-49.

- Lee, M. (2015). Financial analysis of national university hospitals in Korea. *Osong Public Health and Research Perspectives*, 6(5), 310-317. <https://doi.org/10.1016/j.phrp.2015.10.007>
- Mazman İtik, Ü. (2021). Mali tabloların dikey yüzdeler yöntemi ile analizi: Bist turizm sektöründe bir uygulama. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1034-1050.
- MLPCARE Yatırımcı İlişkiler, (2021). Liv Hospital Vadîstanbul açılışına ilişkin açıklama. MLPCARE.
- Ohannessian, R., Duong, T. A., & Odone, A. (2020). Global telemedicine implementation and integration within health systems to fight the COVID-19 Pandemic: A call to action. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(2), e18810. <https://doi.org/10.2196/18810>
- Oral, İ. O., & Eroğlu Sevinç, D. (2020). Covid-19 eksenli sağlık krizinin ekonomi üzerindeki etkileri üzerine bir inceleme görünümü. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 1(1), 58-70.
- Öndeş, T., & Özkan, T. (2021). Bütünleşik CRITIC-EDAS yaklaşımıyla Covid-19 Pandemisinin bilişim sektörü üzerindeki finansal performans etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), Art. 2. <https://doi.org/10.36362/gumus.878926>
- Özer, Ö. (2012). Mali tablolar analizi: Bir hastane örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 3(6).
- Özgülbaş, N., Duman, R., & Hatipoğlu, B. (2008). Özel hastane sektörünün finansal değerlendirmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 40, 120-131.
- Özolgun, H. (2017). Karşılaştırmalı mali tablolar analizi. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 2(1), 55-62.
- Özyürek, H., & Erdo, E. (2011). Finansal kurumlarda mali analiz ve bir uygulama. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(2), 229-238.
- Peiris, D., Sharma, M., Praveen, D., Bitton, A., Bresick, G., Coffman, M., Dodd, R., El-Jardali, F., Fadlallah, R., Flinkenflögel, M., Goodyear-Smith, F., Hirschhorn, L., Munar, W., Palagyi, A., Saif-Ur-Rahman, K., & Mash, R. (2021). Strengthening primary health care in the Covid-19 era: A review of best practices to inform health system responses in low- and middle-income countries. *WHO South-East Asia Journal of Public Health*, 10(3), 6. <https://doi.org/10.4103/2224-3151.309867>
- Polat, M. (2018). Mali tablolar analizi. Karşılaştırmalı mali tablolar analizi (2018. 145-166). *Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi*.
- Rocha, Á., & Guarda, T. (Ed.). (2018). Proceedings of the international conference on information technology & systems (ICITS 2018) (C. 721). *Springer International Publishing*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-73450-7>
- Sarıyıldız, A. Yunus, Paşaoğlu, M. T., & Yılmaz, M. E. (2021). Türkiye, Çin, ABD, Fransa sağlık sistemleri ve Covid-19 politikaları. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10(2), 314-327. <https://doi.org/10.37989/gumussagbil.818483>
- Silva, S. J. R. da, & Pena, L. (2021). Collapse of the public health system and the emergence of new variants during the second wave of the COVID-19 pandemic in Brazil. *One Health*, 13, 100287. <https://doi.org/10.1016/j.onehlt.2021.100287>
- Şen, G., & Bütün, E. (2021). Covid-19 salgınının havacılık sektörüne etkisi: Gig ekonomisi alternatifi. *Journal of Aviation Research*, 3(1), 106-127.
- Şenol, A., & Sancak, S. (2022). Covid-19 pandemisinin sektörel ölçekte mali analizi: Getir girişim sermayesi örneği. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 163-182.
- Şenol, Z. (2020). COVID-19 krizi ve finansal piyasalar. *Para ve Finans*, 75-124.
- Uzun, E., Türk, Z., & Uzun, E. (2003). İşletme başarısında finansal planlama ve yeniliklerin rolü. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 63-73.
- Wang, Y. (2013). Financial analysis of Cathay Pacific Company. *Department of Finance*.

Yang, L., Liu, S., Liu, J., Zhang, Z., Wan, X., Huang, B., Chen, Y., & Zhang, Y. (2020). Covid-19: Immunopathogenesis and immunotherapeutics. *Signal Transduction and Targeted Therapy*, 5(1), Art. 1. <https://doi.org/10.1038/s41392-020-00243-2>

Yılmaz, F. N., & Ekşi, I. H. (2018). Financial management application in health institutions: Case of Gaziantep. *Gazi Journal of Economics and Business*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.30855/gjeb.2018.4.1.001>



Üniversite Öğrencilerinin Kent İçi Ulaşımına Bakışı: Çanakkale İli Örneği

Asime Dilara ERDEM ^{1*}, Alper BİLGİLİ²

Geliş Tarihi/Received Date: 22.09.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 18.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Sanayileşme ile artan kentleşme; kentlerde nüfus yoğunluğunu arttırmış, gelişen bu süreç nedeniyle kent içi ulaşım da önem kazanmaya başlamıştır. Şehirdeki insanları ve mekanları birbirine bağlayan ulaşım ağı çeşitlidir. Toplu taşıma araçlarından; otobüsler, metrolar, vapurlar, dolmuşlar, taksiler kent içi ulaşımında önemli bir yer tutmaktadır. Buna ek olarak belediyeler martı, tazı, bisiklet gibi alternatif ulaşım araçlarını da halkın hizmetine sunmaktadır. Kent içi ulaşım, öğrenciler için oldukça önemlidir. Nitel olarak tasarlanan bu çalışmada, öğrenci kenti olarak tanımlayabileceğimiz Çanakkale’de üniversite öğrencilerinin kent içi ulaşımına bakış açıları, öğrenciler için kent içi ulaşımın olumlu ve olumsuz uygulamaları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış, görüşmeler ekonomik ve zaman kısıtı nedeniyle Terzioğlu Kampüsü ve Anafartalar Kampüsündeki 40 öğrenciyle sınırlandırılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler Maxqda Analitik 2020 programında kodlanmış ve anlamlı bilgiler haline getirilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi öğrencilerinin kent içi ulaşımdan genel olarak memnun olmadıkları, kent içi ulaşımı pahalı buldukları ve kent içi ulaşımın geliştirilmesine ve iyileştirilmesine yönelik fikirlerine değinilmiştir. Bunlara ek olarak çalışmanın içinde katılımcıların vermiş olduğu bazı cevaplar doğrudan alıntılanarak metin güçlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kent içi ulaşım, Toplu Taşıma, Belediyeler, Üniversite, Çanakkale

¹ Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kamu Yönetimi ABD, ORCID ID: 0000-0002-7422-7473

*Sorumlu yazar/Corresponding author,
E-mail/e-ileti: asimdilaraerdem@gmail.com

² Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, Kentleşme ve Çevre ABD, ORCID ID: 0000-0003-0417-5070

University Students View Inner City Transportation: Example of Çanakkale Province

ABSTRACT

Increased urbanization with industrialization; urban transportation has become important due to this evolving process. The transport network connecting people and venues in the city is diverse. From public transport; buses, subways, steamers, stuffed taxis hold an important place in inner-city transportation. In addition, municipalities offer alternative means of transport such as seagulls, greyhounds and bicycles to the public. Inner-city transportation is quite important for students. In this qualitatively designed study, which we can define as a student city, university students' perspectives on inner city transportation in Çanakkale and positive and negative applications of inner city transportation for students have been identified. The study used a semi-structured interview form, with interviews restricted to 40 students at Terzioğlu Campus and Anafartalar Campus due to economic and time constraint. The data obtained as a result of the interviews were encoded in the Maxqda Analytics 2020 program and attempted to make meaningful information. As a result of the study, Çanakkale Onsekiz Mart University students were generally unhappy with the intra-urban transport, deemed it expensive to transport in the city, and addressed their ideas for improving and improving inner city transportation. In addition, some of the participants' answers were directly quoted and reinforced in the study.

Keywords: Inner City Transport, Public Transport, University, Municipalities, University, Çanakkale.

1.GİRİŞ

Sanayileşmenin gelişmesiyle birlikte artan kentleşme, kent içi ulaşımı önemli hale getirmiştir. Ulaşım insanların, eşyaların ve malların bir yerden bir yere hareket etmesi durumu olarak tanımlanmaktadır. Ancak kent içi ulaşımında ulaşım genellikle insanların kentin bir noktasından diğer noktasına ulaşması olarak kavramsallaştırılabilir.

Çalışmanın birinci bölümünde ulaşım kavramına, kent içi ulaşım olgusuna ve kent içi ulaşımın kentleşme ile nasıl bir gelişim gösterdiğine değinilmiştir. Buna ek olarak Türkiye’de kent içi ulaşımın yasal dayanakları vurgulanmaya çalışılmıştır. 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu ve 5393 sayılı Belediye Kanunu’nda kent içi ulaşım ile ilgili belediyenin görev ve sorumluluklarının belirtildiği kanun maddelerine yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın evrenini oluşturan Çanakkale ili Merkez ilçedeki kent içi ulaşım türlerine değinilmiş, kent içi ulaşımında kullanılan toplu taşıma araçları ve alternatif araçların neler olduğu ifade edilmiş ve toplu taşıma ücretleriyle ilgili belediye meclisinin vermiş olduğu karar üzerine vurgu yapılmıştır. Çanakkale Belediyesi Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü'nün resmi internet sitesinden Çanakkale'de kaç adet otobüs, durak ve hat olduğu günlük kaç bin yolcu taşındığı bilgisine yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi öğrencilerinin Çanakkale'deki kent içi ulaşımına dair değerlendirmelerine yer verilmiştir. Araştırmanın evreni, örnekleme ve yönteminin yer aldığı bölümde üniversitenin Terzioğlu Kampüsü ve Anafartalar Kampüsü'nde yarı yapılandırılmış görüşme formuyla görüşülen toplam 40 öğrencinin kent içi ulaşımına bakış açılarına dair görüşme formunda yer alan sorular temalar haline getirilerek Maxqda 2020 Analitik programında kodlanmıştır. Programdan elde edilen veriler sonucunda genel olarak öğrencilerin kent içi ulaşımdan memnun olmadıkları, kent içi ulaşım ücretini pahalı buldukları, sefer sayısının artırılması gerektiği ve pandemi sürecinde kent içi ulaşımı güvenli bulmadıkları yönünde çıktılar elde edilmiş elde edilen veriler anlamlı bilgiler haline getirilmiştir.

Çalışmanın sonuç bölümünde ise Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi öğrencilerinin Çanakkale ili Merkez ilçede kent içi ulaşımına dair görüşleri vurgulanarak, kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilebilmesi için belediyenin uygulayabileceği önerilerin neler olduğu ve çalışmanın çıktıları değerlendirilmiştir.

2. KENTLEŞME VE KENT İÇİ ULAŞIM

Kent, belirli bir nüfus yoğunluğuna sahip, kültürel kalıpları olan, sanayiye ve hizmet sektörüne dayalı üretimin yapıldığı (Akbulut, 2016) buna bağlı olarak da ulaşım sistemlerinin geliştiği ve çeşitlilik gösterdiği alanlar olarak tanımlanmaktadır. Buna karşılık kentleşme ise ekonomik gelişmeyle birlikte toplum yapısında iş bölümünü, uzmanlaşmayı ve örgütlemeyi arttıran, insanların dünya görüşlerini geliştirirken değer sistemlerinde ve davranışlarında radikal değişimler yaratan bir gösterge olarak ele alınmaktadır (Keleş & Unsal, 1982). Ulaşım ise eşyaların ve insanların belirli bir amaç için bir yerden bir yere hareket etmesi olarak tanımlanırken bu ulaşımın kent içinde olması kent içi ulaşım olarak tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre ise ulaşım “köyler, şehirler, ülkeler arasında bir yerden bir yere gidiş geliş, münakale, muvasala ve temas” olarak ve “bir şeyi bir yerden başka bir yere aktarma” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022).

Ulaşım, yollar ve terminal alanları gibi alt yapı ve taşıt ve trafik gibi üst yapı olmak üzere iki yapıdan oluşmaktadır (Eryiğit, 2015). Aynı zamanda insanlara bir kamusal hizmet olarak sunulan ulaşımın planlanması özellikle kentlerde yaşayan vatandaşların ulaşımını ekonomik, hızlı, konforlu ve güvenli olarak kısa sürede gerçekleştirilebilmeleri için gereklidir (Akça, 2018). Yaşam alanı genişleyen kentlerde, nüfusun artışı, ekonomik ve sosyal hareketliliğin artması insanların ulaşım ihtiyacını daha da önemli hale getirmiştir. Kent içi ulaşım da kent faaliyetlerinin ve kentleşmenin bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır. Bununla birlikte çoğu kentte, kent içi ulaşım da sorunlar yaşandığı görülmektedir. Kent içi ulaşım sorunlarının ortadan kaldırılması için etkin, güvenilir, ekonomik, hızlı ve erişilebilir sistemlerin kurulması, ulaşım sistemini oluşturan unsurların birbiriyle koordineli çalışması bunun için de detaylı bir kent içi ulaşım planlaması yapılması gerekmektedir (Ağaoğlu & Başdemir, 2019).

2.1. Türkiye’de Kent İçi Ulaşımın Hukuki Temeli

Türkiye’de kent içi ulaşım genellikle belediyelere bırakılmış ve kent içi ulaşımın hukuki temelleri de 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu’nda ve 5393 sayılı Belediye Kanunu’nda yer almaktadır.

Kent içi ulaşım, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu’nun 7.maddesinin (f) bendinde belediyenin görev ve sorumlulukları kapsamında düzenlenmiştir. Söz konusu maddenin (f) bendine göre şehirlerin ulaşım ana planını yapmak, toplu taşıma hizmetlerini planlayarak koordineli şekilde işler hale getirmek, havayolu hariç kentin içindeki tüm ulaşım türlerinin ücretlendirmelerini yapmak, sefer saatlerini ve sayılarını ayarlamak, araçlar için park yerleri tahsis etmek ve kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemelerini uygulamak büyükşehir belediyelerinin görevleri arasında sayılmıştır. 5216 sayılı kanunun 9.maddesinde ise büyükşehir belediye sınırları içinde her türlü taşımacılık hizmetlerinin koordinasyon içinde yürütülmesi belediye başkanı ya da görevlendirdiği kişinin başkanlığında yönetmelikle belirlenecek kamu kurum ve kuruluş temsilcilerinin katılacağı ulaşım koordinasyon merkezi kurulması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca belediye başkanlarının kendi belediyesini ilgilendiren konuların görüşülmesinde koordinasyon merkezlerine üye olarak katılmaları gerektiği meslek kuruluşlarının da davet edilerek görüşlerinin alınabileceği belirtilmiştir. Bu durum kent içi ulaşım hizmetinin işbirliği içinde yürütülmesi gerektiğini göstermektedir (5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu, 2004).

5393 sayılı Belediye Kanunu’nun 15. Maddesinin (f) bendinde toplu taşıma yapma amacıyla belediyelere hava yolu hariç her türlü ulaşım sistemini kurmaları, kurdurmaları,

işletmeleri ya da işlettirmelerinin hukuki temeli sağlanmıştır. Belediye Kanunu'nun (p) bendinde ise her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksi sayılarının bilinmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca toplu taşıma araçlarının bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergâhlarını belirlemek; durak yerleri ve araç park yerlerini tespit etmek, park yerlerini işletmek, işlettirmek ya da kiraya vermek kanunların belediyeleri yetkilendirdiği trafik düzenlemelerini sağlamak belediyenin görevleri arasında sayılmıştır. (5393 Sayılı Belediye Kanunu, 2005).

3. ÇANAKKALE'DE KENT İÇİ ULAŞIM VE UYGULAMALAR

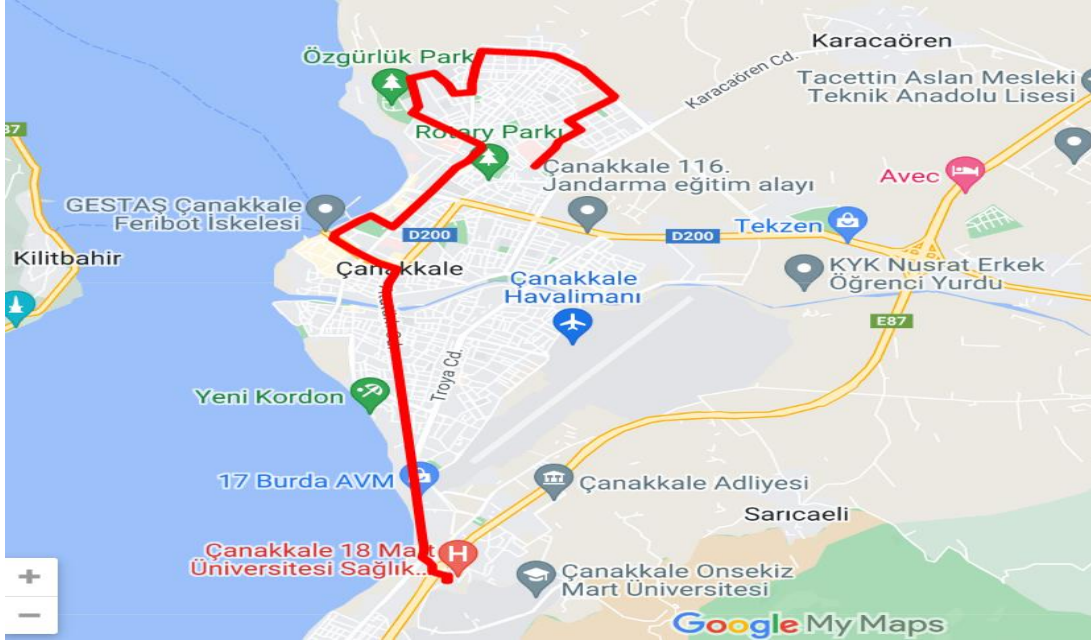
Çanakkale de kent içi ulaşım toplumsal ve sosyal hayat açısından önemli bir yeri bulunmaktadır. Kentin denize kıyısı olması ve kordon bölgesinde dar sokakların olup yerleşimin de çok eski olması kent içi ulaşımı olumsuz etkilemektedir. Buna göre Çanakkale'nin merkez ilçesinde ulaşım araçlarının, kişilerin özel otomobilleri, toplu taşıma aracı olarak otobüsler, taksiler, motosikletler ve alternatif ulaşım araçlarından martı, tazı ve hem alternatif hem de sürdürülebilir ulaşım aracı olan bisiklet olduğu belirtilmelidir. Çalışmanın bu bölümünde Çanakkale Belediyesi'nin resmi internet sitesi verilerinden yararlanılarak kent için belediyenin sunduğu ulaşım hizmetleri değerlendirmiştir.

3.1. Çanakkale Belediyesi'nde Toplu Taşıma ve Alternatif Ulaşım Araçları

Çanakkale'de halkın çoğunluğu toplu taşıma aracı olan otobüsleri kullanmaktadır. Çanakkale Belediyesi Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü'nün internet sitesinden elde edilen verilere göre belediye 122 otobüs, 19 hat, 374 durakla hizmet vermekte ve günlük 68.000 yolcu taşımaktadır (Çanakkale Belediyesi Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü, 2022). Çanakkale Belediyesi'nin Belediye Meclisi'nin 06.01.2022 tarihli, 2022/9 karar numaralı ve 25724 evrak numaralı kararı kapsamında şehir içi, Güzelyalı, Dardanos ve Çınarlı tam yolcu taşıma ücreti 4.90 TL; şehir içi, Güzelyalı, Dardanos ve Çınarlı öğrenci taşıma ücreti ise 3TL olarak, kampüs içi taşıma ücreti ise 0.90 krş olarak belirlenmiştir. Bunlara ek olarak 7/24 kullan at kartların; bir binişlik 4,90-TL + kart bedeli, iki binişlik 9,80-TL + kart bedeli, dört binişlik 19,60TL+kart bedeli olması karara bağlanmıştır³ (Çanakkale Belediyesi Belediye Meclis Kararı, 2022). Belediyenin Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü'nün internet sayfasından hangi otobüsün hangi noktalardan geçtiğine, sefer saatlerine ulaşılabilir (Çanakkale Belediyesi Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü(a), 2022). Ayrıca akıllı kent uygulamaları kapsamında

³ Metin içinde çalışmanın yapıldığı (Ocak 2022) tarihteki ücretlere yer verilmiştir. Ancak Çanakkale Belediye Meclisi'nin 01.04.2022 tarihli, 2022/53 sayılı kararı kapsamında toplu taşıma ücretinin fiyatı artırılmıştır. Yeni karara göre kent içinde öğrenci ücreti 3 TL'den 4.5TL'ye yükseltilmiş; kampüs içi taşıma ücreti de 1 TL olarak belirlenmiştir (Belediye Meclis Kararı, 2022a).

<https://sites.google.com/view/guzergahcanakkale/> internet adresinden Çanakkale’de hizmet veren tüm toplu taşıma araçlarının güzergahlarına tek tek bakılabilmektedir.



Fotoğraf 1. Ç1 hattı ulaşım güzergâhı

Kaynak: Google Maps.

ÇABİS ise Akıllı Bisiklet Kiralama Terminali’dir ve 14 istasyon, 92 bisiklet, 120 park ve 4 mobil istasyon ile hizmet vermektedir (ÇABİS, 2022). Vatandaşlar ÇABİS noktalarından isterlerse ÇABİS abone kartlarıyla isterlerse de kredi kartlarıyla bisikletleri kiralayabilmektedir. Bisiklet kiralamak için akıllı bisiklet sistemine kayıt olup abonman kart çıkartmanın maliyeti 10TL olarak belirlenmiştir. Buna ek olarak ücretler; 0-1 saat arası 2 TL, 1-2 saat arası 4TL, 2-3 saat arası 6 TL, 3-4 saat arası 8TL, 4-5 saat arası 10 TL, 5-6 saat arası 12 TL ile ücretlendirilmekte ayrıca ilk bir saat sonrasında her saat 2TL olacak şekilde belirlenmiştir (ÇABİSa, 2022). Ayrıca ÇABİS internet sitesi üzerinden istasyonlar görüntülenebilmekte ve her istasyonda kaç tane bisiklet ve boş park yeri olduğu bilgisine harita üzerinden ulaşılmaktadır (ÇABİSb, 2022). Bu durum hizmetin daha efektif kullanılmasını sağlarken, ulaşım sistemleri akıllı kent kapsamına da entegre edilmektedir.

Belediye’nin Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü’nün resmi internet sitesinde alternatif ulaşım araçlarından tazi ve martıya ait bilgi bulunmamaktadır.

4. ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KENT İÇİ ULAŞIMA BAKIŞI

Çalışmanın bu bölümünde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi öğrencilerinin kent içi ulaşımına; kullandıkları ulaşım araçları, ücretleri, kent içi ulaşımın güvenilirliği, kent içi ulaşımında yayalaştırılması gereken alanlarla ilgili görüşleri, alternatif ulaşım araçlarını kullanma durumları, kent içi ulaşımında yayalaştırılması gereken alanların olup olmadığı ve kent içi ulaşımın geliştirilebilmesi için önerilerinin neler olduğu çerçevesinde bakılmıştır.

4.1. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Yöntemi

Araştırmanın evreni Çanakkale ili Merkez ilçe ile sınırlandırılmıştır. Örneklem ise çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinin görüşleri alınacağı için Çanakkale ili Merkez ilçede bulunan Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Kampüsü ile Anafartalar Kampüsü ile sınırlı tutularak bir örneklem oluşturulmuştur. Araştırma ekonomik kısıtlar, zaman kısıtı ve pandemi nedeniyle 20 kadın, 20 erkek olmak üzere toplam 40 öğrenciyle görüşülmüştür. Öğrenciler rastgele seçilmiş olup, görüşmeler kampüs içinde kafeterya, kantin gibi alanlarda yapılmıştır. Nitel araştırmalarda, nicel araştırmalardaki gibi örneklem büyüklüğüne ilişkin formüller bulunmamaktadır. Baltacı (2018) çalışmasında; nitel (anket aracılığıyla yapılan) çalışmalarda 30 kişinin örneklem büyüklüğü açısından matematiksel hataları arttığını ve genelleme için yeterli olmayacağını; nitel araştırma (görüşme/ mülakat formuyla yapılan) için ise 30 kişinin eşsiz bir veri kaynağı olabileceğini belirtmiştir. Yücel ve diğerleri (2022); “Kadınların Özel Hastanelerde Doğum Yapma Tercihi ve Doğum Deneyimleri: Nitel Araştırma” başlıklı çalışmalarında özel hastanede doğum yapmış 11 kadınla bireysel derinlemesine görüşme yapmışlardır. Aynı şekilde Aslan (2021); “Engelli Bireylerin Afet Deneyimleri: Fenomenolojik Bir Araştırma” başlıklı doktora tezinde 2020 yılındaki İzmir depremini yaşamış ve çeşitli engelleri bulunan 27 katılımcıyla görüşerek verilerini Maxqda ile analiz etmiştir. Buna göre; nitel çalışmalarda herhangi bir örneklem sınırı olmadığı için çalışma, yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda öğrencilerden benzer cevaplar alınmaya başladığında ve doyuma ulaşıldığında bırakılmıştır. Elde edilen veriler anlamlı bir bütün haline getirilerek Çanakkale ili, Merkez ilçede üniversite öğrencilerinin kent içi ulaşımına bakışları değerlendirmeye çalışılmıştır. Katılımcı erkekler E1 ile E20 arasında, katılımcı kadın öğrenciler ise K1 ile K20 arasında olacak şekilde kodlanmıştır. Belirlenen her kod için oluşturulan tabloların altında öğrencilerin çarpıcı cümleleri tırnak içerisinde doğrudan alıntılama yöntemi kullanılarak verilmiş ve metin güçlendirilmiştir.

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış birbirini destekleyen ve çalışma için derinlemesine bilgi edinilmesini sağlayan yedi soru ve yedi soru içinde bulunan alt sorulardan yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırmacının önceden belirlediği ya da görüşmenin yapıldığı sırada araştırmaya katılımcı tarafından eklenen yeni konulara göre yeni sorular eklenmesine imkân sağlayan bir görüşme yöntemi de olduğu için nitel araştırmalarda sık kullanılan bir veri toplama yöntemidir. Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşmeler araştırmacılara araştırma konularının ana hatlarını belirleyip araştırmacının ana konuları hakkında soru sorma imkânı verirken aynı zamanda görüşme esnasında araştırmacının düşünemediği ancak araştırma konusuyla doğrudan ya da dolaylı olarak bağlantılı olan yeni gelişmelere imkân tanımakta bu sayede araştırmacı sorularını geliştirebilmekte veya görüşme formuna yeni sorular ekleyebilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler bir kişiyle olabileceği gibi bir grupta da olabilir burada amaç görüşmenin yapıldığı kişilerden araştırma hakkında önemli bilgiler edinebilmektir (Güler, Halicioğlu & Taşgın, 2015). Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme formunda anket sorularındakinden ziyade açık uçlu sorular sorulur (Güçlü, 2019). Görüşmeler yapılırken araştırmacı formdaki soru sorma sırasına bağlı kalmayabilir katılımcılara verdikleri cevapların daha anlaşılabilir olması için yeni sorular sorabilir kısacası yarı yapılandırılmış görüşme araştırmacıya esneklik ve serbestlik sağlayarak daha detaylı verinin elde edilmesine ve elde edilen detaylı verinin de araştırmacının güvenilirliğini arttırmasını sağlamaktadır. Ancak bu esneklik imkânı sağlanırken araştırmacının, araştırmasının temel konusundan kopmaması gerekmektedir (Güçlü, 2019). Bu kapsamda araştırmacının verilerinin elde edildiği görüşmeler yapılmadan önce katılımcılara araştırma hakkında bilgi verilmiş, araştırma soruları okunmuş ve görüşme yapıldıktan sonra, görüşme formuna araştırmacı tarafından tutulan notlar katılımcılara okutularak herhangi bir eksiklik ya da fazlalık olup olmadığını kontrol ettirilmiştir. Ayrıca etik kurul kararının gönüllü onam formunda araştırmaya katılmayı kabul edip etmediklerine dair alanı işaretlemeleri istenmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden elverişli örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Elverişli örnekleme, tamamen mevcut olan, ulaşılması kolay olan öğelere dayanmaktadır ve araştırmacı mevcut olan öğeler arasından yeterli sayıdaki öğeyi örneklem olarak seçmektedir. Kısacası elverişli örnekleme araştırmacının belirlediği evrenden, örneklemini oluşturmak için ulaşabileceği öğelere yönelmesi ve onları seçmesi yöntemidir (Güler, Halicioğlu & Taşgın, 2015).

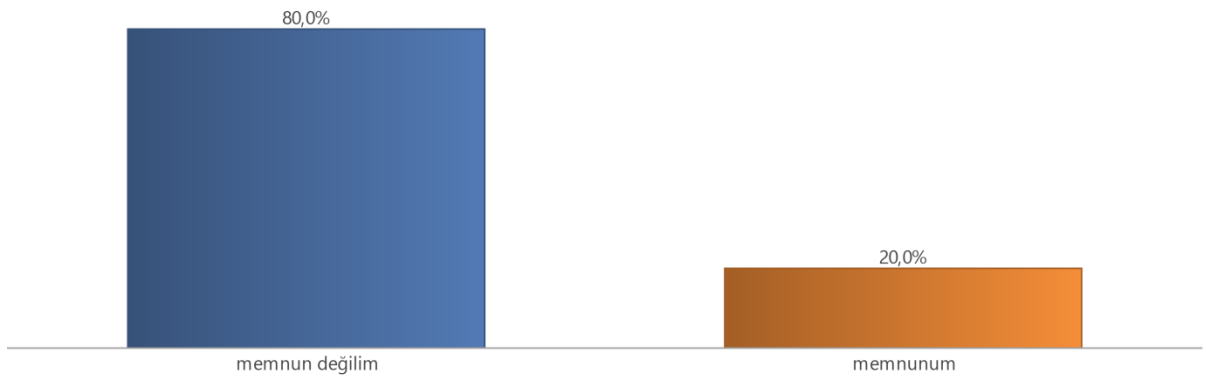
4.2. Bulgular

Yarı yapılandırılmış görüşme formuyla elde edilen veriler nitel araştırma programı olan Maxqda 2020 Analitik programı ile her soru ve alt sorusu bir tema olacak şekilde belirlenmiş ve kod sistemine alt kodlarıyla birlikte kodlanmıştır. Maxqda nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine yapılan görüşme/mülakat gibi çalışmaların kodlanarak anlamlı bir bütün haline getirilmesi için kullanılan analiz programıdır. Nitel çalışmalarda araştırmacı, sorularının ana temalarını belirler ve yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların verdikleri cevaplara göre alt kodlarını oluşturur. Böylece görüşmelerin derinliği de saptanmış olmaktadır.

Tablo 1. Kod matris tarayıcısı- kod sistemi

Kod Sistemi	KENT İÇİ ULAŞIM	TOPLAM
☑ Kent içi ulaşım ve memnuniyet		0
☑ memnun değilim	■	32
☑ memnunum	■	8
☑ Kent içi ulaşımında en çok kullanılan ulaşım türü		0
☑ yaya	■	9
☑ otobüs	■	33
☑ Kalınan yer seçilirken ulaşımı göz önünde bul		0
☑ KYK da kalıyorum bulunduramadım	■	11
☑ bulundurmadım	■	8
☑ bulundurdum	■	20
☑ Okula giderken en fazla kullanılan ulaşım türü		0
☑ otobüs	■	29
☑ yaya	■	12
☑ Toplu taşıma ücretlerini değerlendirme		0
☑ Normal	■	9
☑ Ucuz	■	1
☑ Pahalı	■	30
☑ Toplu taşıma seferleri ile ilgili değerlendirme		0
☑ sefer sayısı az	■	36
☑ sefer sayısı iyi	■	4
☑ Alternatif ulaşım araçlarını kullanma durumu		0
☑ Kullanmıyorum	■	27
☑ Kullanıyorum	■	13
☑ Alternatif ulaşım araçlarının ücretini bilip bilmi		0
☑ Bilmiyorum	■	22
☑ Biliyorum	■	15
☑ Alternatif ulaşım araçlarının ücretiyle ilgili de		0
☑ Pahalı	■	12
☑ Uygun	■	6
☑ Ucuz	■	1
☑ Alternatif araçların kullanıldığı alanlar, bakım		0
☑ Bisikletlerin ve bisiklet alım noktalarının t	■	3
☑ belediye alternatif yol da üretmeli	■	4
☑ kullandıkları alanlarla ilgili sorunum yok	■	19
☑ kullandıkları alanlar sorunlu korkuyorum	■	15
☑ Yayalaştırılması gereken alanlarla ilgili düşün		0
☑ Aynalı Çarşı civarındaki sokaklar	■	7
☑ Yayalaştırmaya Gerek Yok	■	8
☑ Saat Kulesi ve Cıvanı	■	28
☑ Kent içi ulaşım ve güvenlik		0
☑ Otobüsteki kameraları ve ses kaydını gü	■	1
☑ Şoförler daha dikkatli araç kullanmalı	■	13
☑ Otobüsler çok kalabalık	■	16
☑ Kadın istihdamı artmalı	■	9
☑ Şoförler kaba, agresif ve sert	■	13
☑ Şoförler iyi, eğitimli ve yardımsever	■	11
☑ HES kodu uygulaması işe yaramıyor	■	9
☑ HES kodu uygulaması iyi	■	11
☑ Güvenli Bulmuyorum	■	17
☑ Güvenli Buluyorum	■	6
☑ Otobüs duraklarındaki tabelalar ve mobil uyg		0
☑ Tabelalar arttırılmalı	■	13
☑ Mobil uygulama güncellenmeli ve geliştiri	■	6
☑ Tabelalar güncellenmeli ve bakımları yap	■	10
☑ Mobil uygulama işe yaramıyor	■	8
☑ Mobil uygulama işe yarıyor	■	7
☑ Mobil uygulama kullanmıyorum	■	5
☑ Tabelalar işe yaramıyor	■	11
☑ Tabelalar işe yarıyor	■	24
☑ Kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilmesi için		0
☑ Önerim yok	■	5
☑ Ücretler kademeli olsun isterim	■	4
☑ Son sefer saati biraz daha geç olmalı	■	3
☑ Abonman olsun isterdim	■	8
☑ Sefer saatleri arasındaki süre azaltılmalı	■	2
☑ Aktarma süresi uzatılmalı	■	2
☑ Ring otobüsleri olmalı	■	1
☑ Dolmuş olmalı	■	4
☑ Otobüs sayısı arttırılmalı	■	5
☑ Sefer sayısı arttırılmalı	■	22
☑ TOPLAM	668	668

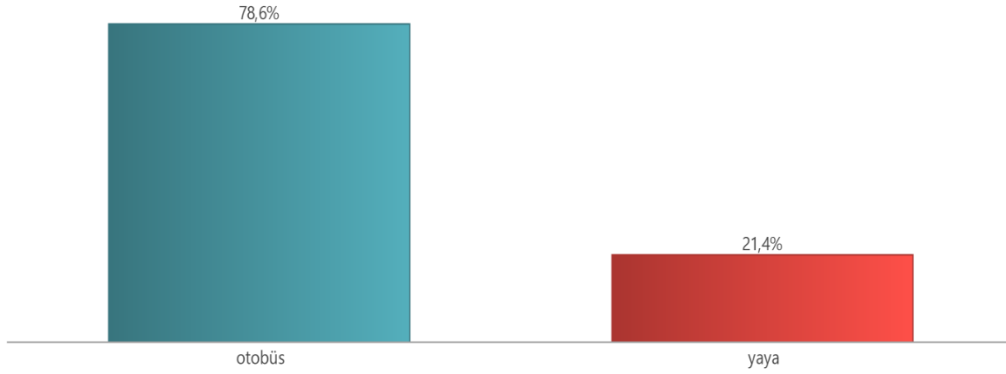
Tablo 1’de çalışmanın genel kod sistemine yer verilmiş ve öğrencilerin kent içi ulaşımın faktörleriyle ilgili en fazla vurguladıkları kelimeler ve vurgu sayısı gösterilmiştir. Kod matris tarayıcısı çalışmanın bulgularının bütün olarak görülmesine yardımcı olmaktadır. Buna göre, 40 öğrencinin katıldığı araştırmada toplam 668 kod oluşturulmuştur. Bazı sorularda öğrenciler tek cevap vermedikleri için toplam katılımcı sayısı kadar kod ortaya çıkmamıştır. Örneğin; kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilmesi için önerileriniz nelerdir sorusuna bir öğrenci hem dolmuş olsun hem de abonman olsun isterdim cevabı vermiştir. Bu durumda o öğrenciye ait cevap hem dolmuş olsun isterdim hem de abonman olsun isterdim alt kodunda kodlanmıştır. Bu nedenle kodlardaki toplamlar öğrenci sayısı ile eşit gitmemektedir.



Grafik 1. Kent içi ulaşım ve memnuniyet

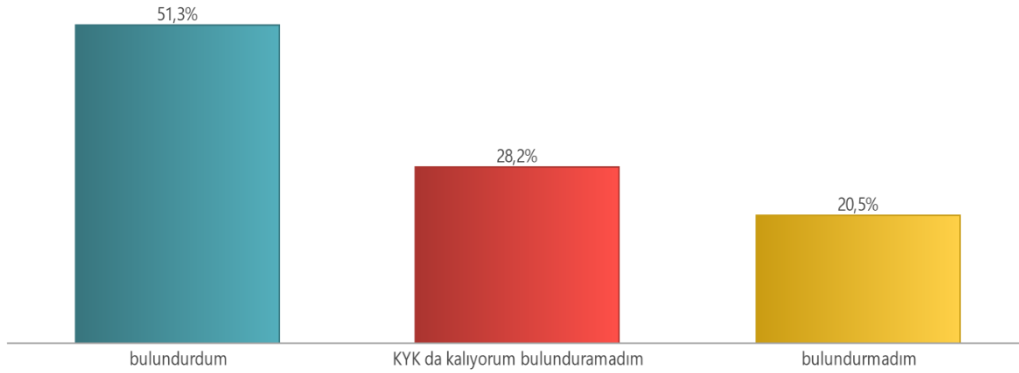
Tablo 1’e göre öğrenciler kent içi ulaşımdan memnun olmadıklarını 32 kez, memnun olduklarını ise 8 kez vurgulamışlar ve grafik 1’e göre bu vurgulama görüşme yapılan öğrencilerin %80’inin kent içi ulaşımdan memnun olmadığını, %20’sinin ise memnun olduğunu göstermiştir. Katılımcı E13 “aslında memnunum ama şu Ç8 hattı beni benden alıyor. Ç10 çok rahat ama sınav zamanları çok kalabalık oluyor. Özellikle sınav zamanları seferleri arttırabilirler. Sınav zamanlarında yurttan 1000 kişi aşağı iniyor. Covid var sıkıntı oluyor” cümleleriyle kent içi ulaşımdan genel olarak memnun olduğunu belirtse de sınav zamanları özellikle KYK yurdundan ek sefer yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Katılımcı K4 kent içi ulaşım ile ilgili “Kent içi ulaşımdan öğrenciler kadar öğretmenler de şikâyetçi, ulaşımın durumunu bildikleri için derse geç kalanlara tolerans gösteriyorlar” diyerek kent içi ulaşımdan memnun olmadığını belirtmiştir. Katılımcı K5 ise “asla memnun değilim kaç kez şikâyet ettim ama şikâyetlere bakılmıyor bile. Okula mı gidiyoruz ecele mi belli değil. Çok sıkışık. Sadece otobüsü kullanıyorum o da okula gitmek için genelde yürüyorum. Öğrenci otobüsü yapmışlar OGR3 ‘mü ne diye ama kampüse gitmiyor genel ulaşımda sıkıntılı” ifadesiyle belediyenin ulaşım ile ilgili şikâyetlerle

ilgilenmediğini, otobüslerin çok kalabalık olduğunu ve genel ulaşımın sıkıntılı olduğunu belirtmiştir.



Grafik 2. Kent içi ulaşımda en çok kullanılan ulaşım türü

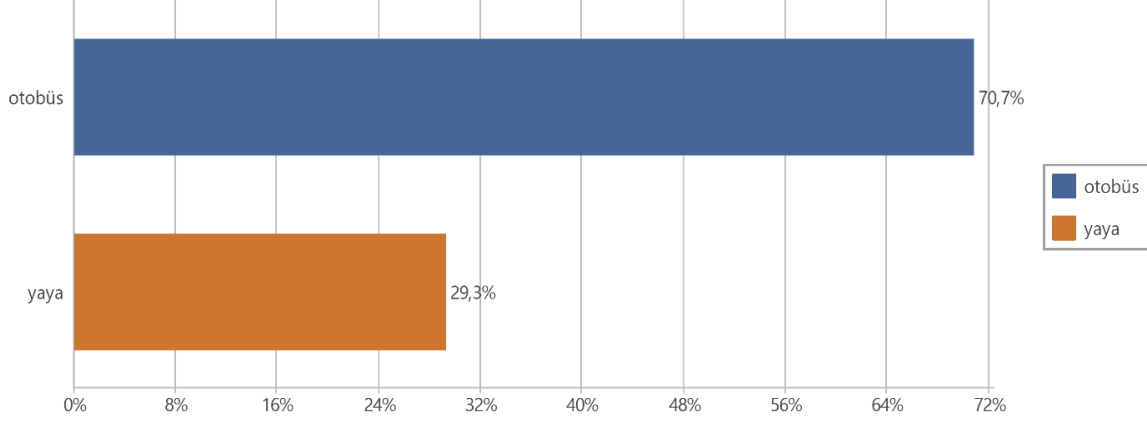
Tablo 1'e göre araştırmada öğrenciler kent içi ulaşımda 33 kez otobüsü kullandıklarını, 9 kez de kent içinde ulaşım sağlamak için en çok yürüdüklerini belirtmişlerdir. Grafik 2'de kent içi ulaşımda en çok kullanılan ulaşım türünün alt kod istatistiğine bakıldığında öğrenciler kent içi ulaşımda %78,6 oranında toplu taşımayı yani otobüsü kullandırlarken, %21,4 oranında ise yürümeyi tercih etmektedir.



Grafik 3. Kalınan yer seçilirken ulaşımı göz önünde bulundurma

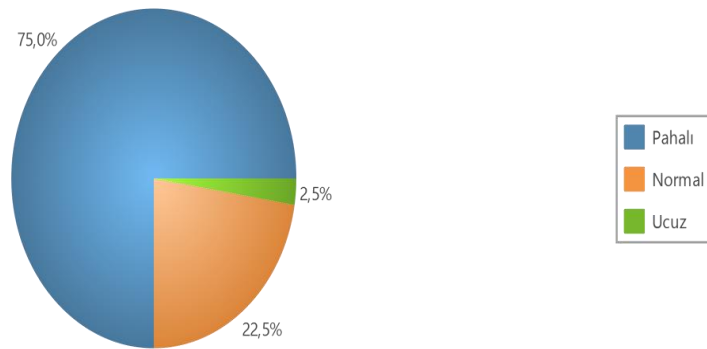
Grafik 3'e göre öğrenciler kalacakları yeri seçerken (ev, yurt, apart vb.) %51,3 oranında ulaşımı göz önünde bulundurduklarını belirtmişler ve tablo 1'de ulaşımı göz önünde bulundurduklarına dair kodu 20 kez vurgulamışlardır. Ancak öğrencilerin %20,5'i kalacakları yeri seçerken ulaşım faktörünü göz önünde bulundurmadıklarını belirtmişler ve ulaşımı göz önünde bulundurmadıklarını belirten alt kodu 8 kez vurgulamışlardır. Kredi Yurtlar Kurumu (KYK)'nda kalan öğrenciler ise kalacakları yeri seçemedikleri için ulaşım faktörünü göz önünde bulunduramadıklarını belirtmişlerdir. Kod 11 kez vurgulanmış %28,2'lik bir oranın ulaşım faktörünü göz önünde bulunduramadığı belirlenmiştir. Katılımcı E3 "devlet yurdu biz

seçmiyoruz, ulaşım faktörünü o yüzden göz önünde bulunduramadım” ifadesiyle ulaşım ile ilgili sıkıntısını dile getirmiştir. Katılımcı K10 “Evet sadece ulaşım için şuan kaldığım yurda geçtim. Okula yürüyerek gidiyorum” ifadesiyle kaldığı yeri seçerken ulaşım faktörünü göz önünde bulundurduğunu belirtmiştir.



Grafik 4. Okula giderken en fazla kullanılan ulaşım türü

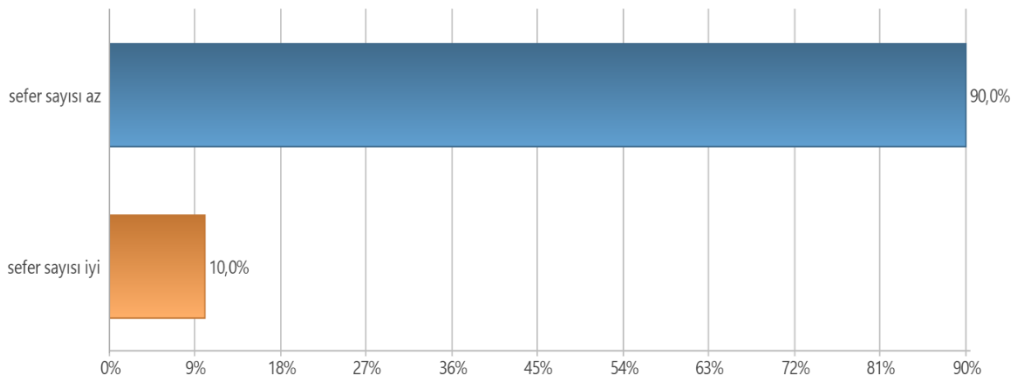
Grafik 4’e göre öğrenciler okula giderken %70,7 oranında otobüs kullandıklarını %29,3 oranında da yürüyerek yani yaya olarak gittiklerini belirtmişlerdir. Tablo 1’de otobüs kodu 29 kez vurgulanırken yaya kodu ise 12 kez vurgulanmıştır. Bu durum Terzioğlu Yerleşkesinde bulunan fakültelerde eğitim gören öğrencilerin yerleşkenin bulunduğu konum nedeniyle yürüyerek çıkılmanın zor olması, Anafartalar Yerleşkesinde eğitim gören öğrencilerin ise yerleşkeye yürüyerek ulaşmalarının kolaylığından kaynaklanmaktadır. Buna göre üniversite yerleşkelerinin konumunun öğrencilerin ulaşım tercihlerini doğrudan etkilediği yorumu yapılabilmektedir.



Grafik 5. Toplu taşıma ücretlerini değerlendirme

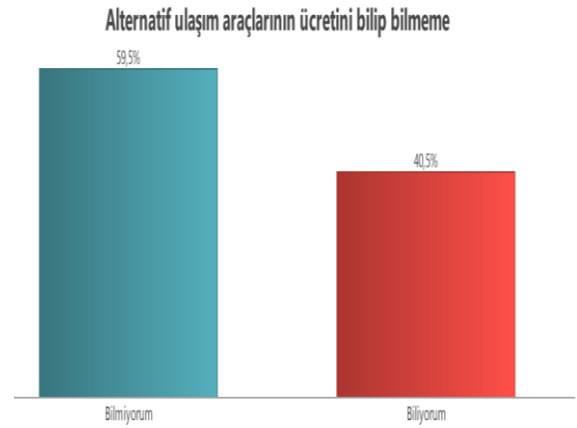
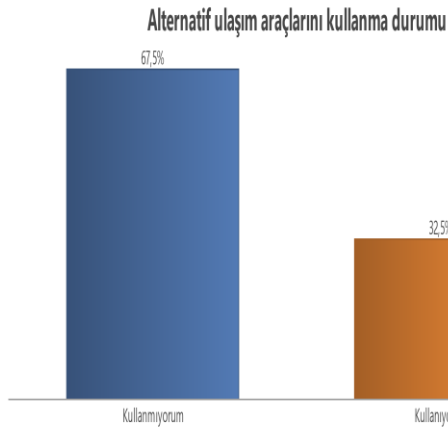
Araştırma öğrenci ücretinin 3 TL olduğu tarihten sonra yapılmıştır. Grafik 5’e göre üniversite öğrencilerinin %75’i otobüs ücretlerini pahalı bulmaktadır ve tablo 1’e göre pahalı kodunu 30 kez vurgulamışlardır. Mevcut ekonomik koşullara göre ücretin normal olduğunu 9

kez vurgulayan öğrenciler pasta grafikte %22,5'lik bir alanı ve ücretin ucuz olduğu 1 kez vurgulanarak grafikte %2,5'lik bir dilimi oluşturmuştur. Katılımcı E4 “Abonman kart istiyorum. Genelde bu konuları tartışıyoruz 200 binimlik kart olsun. Ücretler pahalı” diyerek kent içi ulaşımda ücretlerin pahalılığı konusunun öğrencilerin genel olarak sürekli konuştuklarını belirtirken ulaşım ücretlerinin öğrenciler için daha iyi hale getirilmesi için abonman kartın olması gerektiğini istemiştir. Katılımcı E6 “2.20 fena değil ama 3 TL uzun vadede daha çok harcamaya sebep olur. Sonuçta öğrenciyiz. İlerde artmaması için sesimizin çıkması lazım. Zaten o yüzden görüşmeyi kabul ettim.” ifadesiyle ücretlerin pahalı olduğunu ve öğrencilerin sesinin duyulması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı E7 ise “2.20 idealdi ama bir anda 80krş zam ilerde sorun yaratabilir” diyerek ücretlerin pahalılığını vurgulamıştır. Katılımcı E11’de toplu taşıma ücretleriyle ilgili olarak “pahalı buluyorum 3 lira, git-gel 6 lira, ayda 180 lira” gibi bir hesaplama yaparak otobüsü günde bir kez kullandığında aylık vereceği ücretin fazla olduğunu belirtmiştir. Katılımcı E14 “3 lira oldu Türkiye ortalamasının üstüne bir zam oldu. Eskiden bonus uygulaması vardı 30 lira yükleyince 3 binış veriyordu her 10 liraya 1 binış hakkı veriyordu o güzeldi.” kent içi ulaşımına gelen zammı değerlendirirken aynı zamanda eskiden uygulanan ve öğrencileri memnun eden bir uygulamanın tekrar hayata geçirilmesini önermiştir. Katılımcı K4 ise ücretlerle ilgili “2.20’den 2.50 yapsın 3 niye yapıyor. İlk yıl 1.80’di. Bir anda artması kötü oldu. Psikolojik algı da oldu bir anda 3 lira woouw diyorsun” ifadeleriyle ücretin bir anda artmasına yönelik şaşkınlığını dile getirirken, öğrencilerin üzerinde psikolojik bir algı yarattığını da belirtmiştir. Katılımcı K5 ise ücretlerle ilgili “Ücret çok fazla öğrenci şehriyiz diyorlar ama öğrenciyi üzüyorlar.” cümlesiyle görüşünü belirtmiştir. Katılımcı K17 “Ücretler çok fazla 3 lira olmuş o ne? Aktarma yapmak zorunda kalıyorum o da 20 dakikadan sonra yarı fiyatını alıyor” ifadesiyle aktarma ücretinin de normal ücretin de fazla olduğunu belirtmiştir.

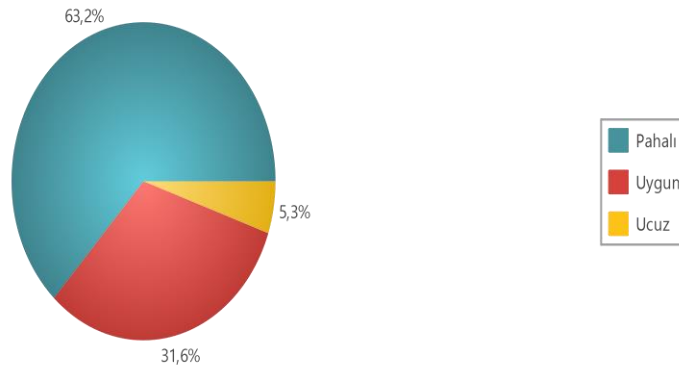


Grafik 6. Toplu taşıma seferleri ile ilgili değerlendirme

Araştırma sürecinde görüşmelerin yapıldığı öğrencilerin %90'ı otobüs seferlerinin sayısının az olduğunu belirtirken %10'u sefer sayısını iyi olarak değerlendirmiştir. Tablo 1'e göre sefer sayısı az kodu 36 kez vurgulanırken, sefer sayısı iyi kodu ise 4 kez vurgulanmıştır. Sefer sayısı az kodunun vurgulanmasında özellikle KYK yurtlarında kalan erkek öğrencilerin etkisi büyüktür. Çünkü öğrenciler genelde yurda sadece Ç8 ve Ç10 hatlarının çalıştığını söylemişler bu durumun hem sefer sayısının az olmasına hem de otobüslerde yoğunluğun fazla olmasıyla ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı E5 ise "3 lira normal, derdim ücret değil derdim ulaşmamak. Otobüs gelmiyor ki 3 lira alsın" diyerek otobüs ücretlerinin normal olduğunu ancak sefer sayısının yetersiz olduğunu belirtmiştir. Katılımcı E12 "Çanakkale'den otobüs seferleri yüzünden soğudum. Bedava konser yapacaklarına otobüs alsınlar" diyerek otobüs seferlerinin azlığına yönelik tepkisini dile getirmiştir.



Alternatif ulaşım araçlarının ücretiyle ilgili değerlendirme





Grafik 7. Alternatif ulaşım araçlarıyla ilgili görüşler

Araştırma kapsamında öğrencilere Çanakkale Belediyesi tarafından kent içi ulaşımında trafiği azaltmak ve ulaşımı daha kolay hale getirebilmek için bisiklet, tazi ve martı gibi alternatif ulaşım araçlarıyla ilgili sorular yöneltilmiştir. Grafik 7'e göre öğrencilerin %67,5'i alternatif ulaşım araçlarını kullanmadığını, %32,5'i ise kullandıklarını belirtmiştir. Ancak öğrenciler bu araçları ulaşım sağlamak için değil genelde eğlenme amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir. Buna ek olarak çalışmaya katılan öğrencilerin %59,5'i alternatif ulaşım araçlarının kullanım ücretlerini bilmediklerini belirtmiş, %40,5'i ise kullanım ücretlerini bildiklerini belirtmiştir. Kullanım ücretini bilen öğrencilerin alternatif ulaşım araçlarının ücretleriyle ilgili değerlendirme yapmaları istenmiştir. Buna göre öğrencilerin %63,2'si ücretleri pahalı bulurken, %31,6'sı uygun, %5,3'ü ise ucuz bulunduğunu belirtmiştir. Öğrenciler ücret değerlendirmesi yaparken en ucuzun bisiklet yani ÇABİS'ler olduğu, sonra tazi sonra da martı olduğunu ifade etmişler ve alternatif ulaşım araçlarını en ucuzdan en pahalıya doğru sıralamışlardır. Katılımcı K7 "tazinin ücreti fazla. 26 dkya 16 lira verdim" diyerek tazinin ücretini fazla bulunduğunu belirtmiştir. K8 ise "martı, taziye göre çok pahalı. Martı'nın dakikası 1,60 TL, tazinin 60 krş, fazla yani" ifadesiyle martının da taziye göre pahalı olduğunu belirtmiştir. K10 ise "Martı çok pahalı. Gezip dolaşmak için kullanıyorum. Ulaşım için kullanılmaz çok pahalı." İfadesiyle alternatif ulaşım araçlarının sadece eğlence amaçlı kullanılabileceğini ulaşım için mantıklı bir seçenek olmadığını belirtmiştir. "Çanakkale'de kentin bazı noktalarında bisiklet yolu olmasına rağmen bazı noktalarında bulunmamaktadır. Özellikle kordon, saat kulesi ve Aynalı Çarşı boyunca takip edilen bisiklet yolunun kaldırımların bisiklet yoluna çevrilmesi şeklinde olduğu görülmüştür. Bu nedenle de öğrencilere alternatif ulaşım araçlarının kullandıkları alanlarla ilgili görüşleri sorulmuştur. Öğrencilerin %46,3'ü kullandıkları alanlarla ilgili sorunları bulunmadığını, Çanakkale halkının bisiklet yolu konusunda duyarlı olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı E11 bu

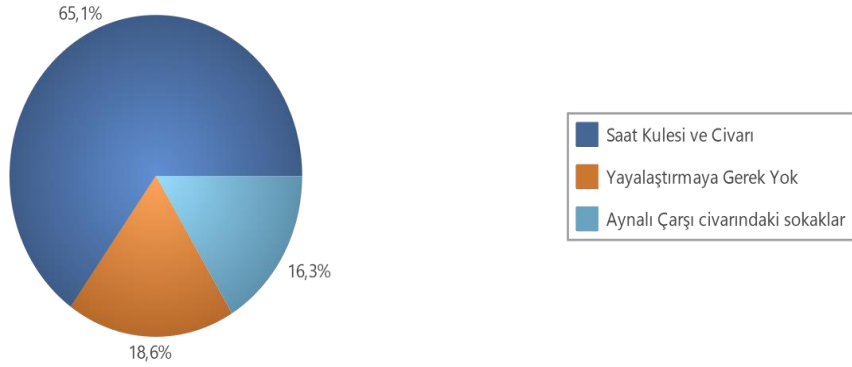
konuyla ilgili “kullanıldıkları alanlarda korkmuyorum, buranın insanı medeni, kaldırımda dikkatli” diyerek alternatif ulaşım araçlarını kullanmada halkın kültür seviyesinin önemini vurgulamıştır. Öğrenciler bazen yayaların bisiklet yolundan yürüdüğü için hata yaptıklarını hem kendilerini hem de bisiklet sürücüsünü tehlikeye attıklarını belirtmişlerdir. Katılımcı E10 “bence sorun yayalarda, bisiklet yolundan gidiyorlar” ifadesiyle sorunun bisiklet yolunda olmadığını, yayaların bisiklet yolundan gitmemesi gerektiğini vurgulamıştır. Buna ek olarak %36,6’sı bisiklet yollarının sorunlu olduğunu kaldırımlarda kullanmanın zor olduğunu, insanların bisiklet yolundan çekilmemesi nedeniyle zorlandıklarını ve bisiklet kullanılacaksa kaldırımlara bisiklet yolu çizgisi çekilmesinden ziyade bisiklet yolu yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Katılımcı E12 “Halkın bisiklet yolu konusunda bilinçlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bisiklet yolu kullanılamaz halde bisiklet yolundan çekilmiyorlar” ifadesi de katılımcı E11 ile zıt bir görüş sunmuş, halkın bisiklet yolu konusunda duyarız olduğunu belirtmiştir. %9,8’i ise belediyenin alternatif ulaşım araçları için alternatif yol yapması gerektiğini ifade etmiş ve özellikle martı, tazı gibi araçların kordonda yürürken yanlarından çok sessiz geçtiği için korktuklarını belirtmişlerdir. Yerel bir gazete de martı ve tazı gibi scooter tarzı alternatif ulaşım araçlarını kuralsız kullananlar sonucu yayaların ve sürücülerin kent içi trafikte sorun yaşadıklarına değinmiştir (Gazete Boğaz, 2022). Katılımcı E18 “kullanıldıkları alanlar açısından rahatsız hissediyorum çarparlar diye korkuyorum” ifadesiyle yürürken güvende hissetmediğini belirtmiştir. Araştırmaya katılan ve alternatif ulaşım araçlarını kullanan katılımcılar %7,3 oranında alternatif ulaşım araçlarının ve onların istasyonlarının bakımlarının yapılması ve donanımlarının geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle bisikletlerde yayaları uyarmak için zil olmadığı ifade edilmiştir. Katılımcı K3 “ÇABİS kullanıyorum. 1 Saati 1.5 tl diye hatırlıyorum. Gezmek için kullanıyorum ama bir yere ulaşmak için kullansam 2 saati 6 tl oluyor. 1 Saati 1.5 iyi ama 2 saati 6 orantısız ücretlendirme. ÇABİS’ler için bisiklet yolu. Yayalar önüne çıkıyor sokaklar dar, yayalardan yer bulamıyorsun ana yoldan gitsen araba var. Bisikletlerde uyarı zili bile yok bakımları yapılmalı” ifadesiyle alternatif ulaşım araçlarının ücretleri, kullanıldıkları alanlar ve bakımlarıyla ilgili genel bir değerlendirme yapmıştır.



Fotoğraf 2. Bisiklet yolu
Kaynak: Instagram @mertsayilgan



Fotoğraf 3. Martı ve Tazı
Kaynak: Gazete Boğaz, 2022



Grafik 8. Yayalaştırılması gereken alanlarla ilgili düşünceler

Araştırmaya katılan öğrencilere kent içinde yürüyerek daha rahat ulaşım sağlanabilmesi için yayalaştırılması gereken alanlar olup olmadığı ve bu konuyla ilgili düşünceleri sorulmuştur. Elde edilen bulgular öğrenciler tablo 1'e göre Saat Kulesi ve civarındaki (Yalı Caddesi ve Barlar Sokağı) dar sokakların araç trafiğine kapatılarak yayalaştırılması gerektiğini 28 kez vurgulamışlar ve grafiğe göre de %65,1 oranında belirtilen alanın yayalaştırılması gerektiği ifade edilmiştir. Buna ek olarak Çanakkale'nin yapısı itibariyle sokakların dar olduğunu ancak ulaşımın bu dar sokaklar aracılığıyla sağlandığını belirtilmiş ve yayalaştırmaya gerek olmadığı kodu 8 kez vurgulanmış pasta grafikte de %18,6'lık bir alanı oluşturmuştur. İnönü Caddesi üzerinden Aynalı Çarşı bölgesine giriş yapılan dar ara sokakların yayalaştırılabileceği de 7 kez vurgulanmış ve %16,3'lük bir dilimi oluşturmuştur. Buna ek olarak öğrencilerin özellikle Saat Kulesi civarında Barlar Sokağı olarak bilinen sokakla ilgili ifadeleri ve önerileri önemli bulunmuştur. Buna ek olarak Katılımcı E11 "yayalaştırma şehrin yapısı gereği pek mümkün değil" ifadesiyle yayalaştırma hakkındaki görüşünü dile getirmiştir. Katılımcı K15 "Barlar

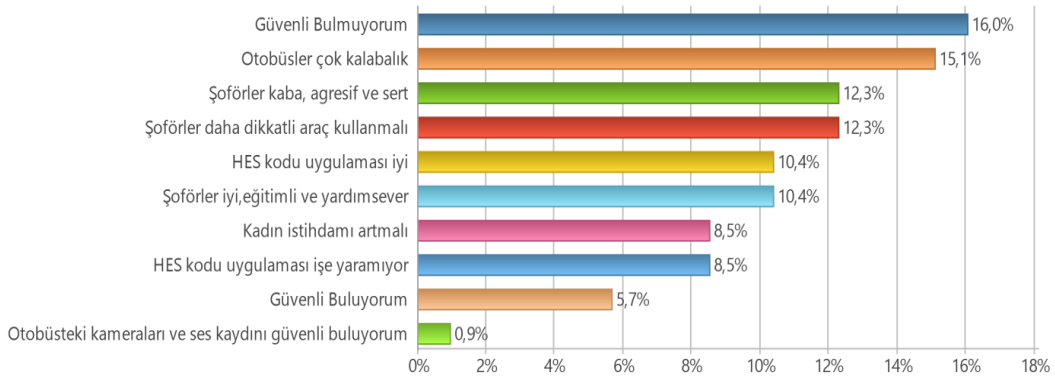
sokağının yayalaştırılması gerektiğini düşünüyorum. Normal insanların yürüyüş alanı da çok dar tek kişi geçmen gerekiyor” ifadesiyle bölgenin kaldırımlarının ve sokaklarının dar olduğunu bu nedenle de yayalaştırılması gerektiğini vurgulamıştır. Katılımcı K18 ise “Aynalı Çarşıya filan çok motor giriyor. Yayalaştırılan alanlara motor giriyor.” ifadesiyle Çanakkale’de yoğun kullanılan motosikletlerin yayalaştırılan alanlara girmesinden rahatsız olduğunu belirtmiştir.



Fotoğraf 4. Saat Kulesi ve civarı
Kaynak: Instagram @merymm_____



Fotoğraf 5. Barlar sokağı
Kaynak: Instagram @canakkalenenerede

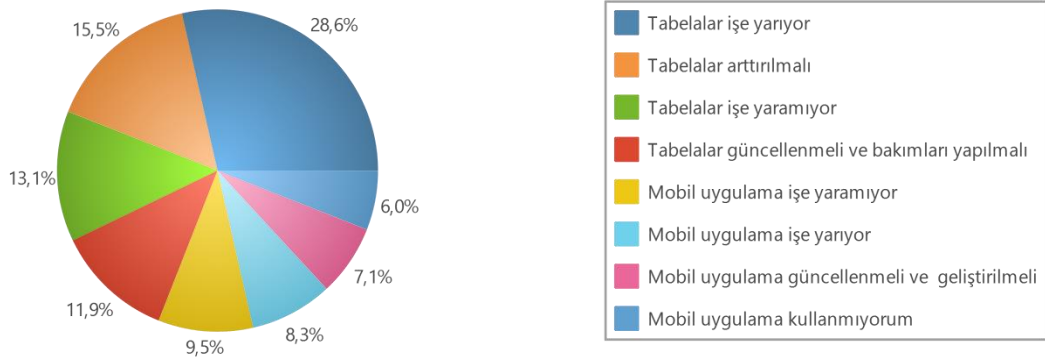


Grafik 9. Kent içi ulaşım ve güvenlik

Kent içi ulaşımın en önemli boyutlarından birisi de güvenlidir. Öğrencilere kent içi ulaşımı güvenlik açısından değerlendirmelerinin istendiği soruda öğrencilerin çoğu kent içi ulaşımı en çok kullandıkları toplu taşıma özelinde değerlendirmiştir. Tablo 1’e göre güvenli bulmuyorum kodu 17 kez vurgulanmıştır. %16’lık bir dilim kent içi ulaşımı güvenli bulmadığını belirtmiştir. Kent içi ulaşımındaki güvensizliğe pandemi sürecinde otobüslerin aşırı kalabalık

olmasının neden olduğu belirtilmiş otobüsler çok kalabalık kodu 16 kez vurgulanmış ve %15,1'lik bir vurguyu oluşturmuştur. Öğrenciler tarafından toplu taşımadaki kalabalığın virüsün bulaşımını arttırdığı ifade edilmiştir. Öğrenciler otobüs şoförlerini kaba ve agresif bulduklarını ve şoförlerin daha dikkatli araç kullanmaları gerektiğini 13 kez vurgulamışlar ve bu iki kodun da ağırlığı %12,3 olarak belirlenmiştir. Pandemi nedeniyle hayatımıza giren virüs taşıyan ve temaslı kişilerin tespitini sağlayan Hayat Eve Sığar (HES) uygulamasındaki HES kodunun toplu taşıma araçlarını kullanabilmek için Kent Kartlar numarasıyla eşleştirilmesi 31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla belediye tarafından zorunlu tutulmuştur (Çanakkale Haber, 2020). Bu sayede otobüslerde HES kodunda riskli görülen kişilerin tespit edilmesi ve toplu taşımanın pandemi sürecinde daha güvenli hale getirilmesi amaçlanmıştır. Öğrenciler 11 kez HES kodu uygulamasının iyi olduğunu vurgulamışlardır. HES kodu uygulaması iyi kodu ağırlığı ise %10,4 olarak hesaplanmıştır. Yine katılımcılar tarafından şoförlerin iyi ve yardım sever olduğu kodu 11 kez vurgulanmış bu alt kodun ağırlığı da %10,4 olarak belirlenmiştir. Çanakkale Belediyesi kadınları istihdama dâhil etmek için birçok uygulamayı hayata geçirmiştir. Bu uygulamalardan birisi de ulaşım hizmetlerinde kadın istihdamını arttırmaya yöneliktir. Ulaşım filusunda birçok kadın şoföre yer veren belediye, öğrencilerden bu konuda takdir görmüş ve kadınların şoför istihdamının artmasını kadınların erkek şoförlere göre daha nazik ve dikkatli olduklarını belirtmişler kadın şoför istihdamının artmasını istediklerini de 9 kez vurgulamışlardır. Katılımcı E1 “Kadın şoförler arttırılmalı daha nazikler. Erkekler daha kaba, erkek şoförler kalkış saatinden önce soğukta insanları almıyorlar. Kadınlar soğukta bekletmiyorlar” kadın şoförlerin ilk durakta durağa geldiğini kalkış saatine daha olmasına rağmen. Kadın şoför istihdamının artması kodunun ağırlığı ise %8,5 olarak belirlenmiştir. Öğrenciler, HES kodu uygulamasının işe yaramadığını da belirtmişler bu kodu 9 kez vurgulamışlardır ve kodun ağırlığı %8,5 olarak belirlenmiştir. HES kodu uygulamasının işe yaramadığını düşüncelerinin nedeni ise virüs taşıyan çoğu kişinin test vermemiş olması ve insanların PCR testi vermek için hastaneye giderken bile toplu taşıma araçlarını kullandıkları şeklinde açıklamışlardır. Katılımcı E2 “Belediye otobüs kartına HES kodu yüklenmeli ancak özellikle KYK’da kalan öğrenciler sınavları kaçırmamak için PCR testi yaptırmıyorlar bu durum kent içi ulaşımında halk sağlığını olumsuz etkiliyor” ifadesiyle kent içi ulaşımında pandemi sürecinde HES kodu uygulamasının neden işe yaramadığına dair düşüncesini dile getirmiştir. Katılımcı K13 “Hastaneye covid şüphesiyle test vermek için giderken bile otobüse biniyorlar toplu taşımayı kullanıyorlar” cümlesiyle pandemi döneminde HES kodunun neden işe yaramadığını düşündüğünü ve toplu taşıma aracını neden güvenli bulmadığını açıklamıştır. Öğrenciler 6 kez ise kent içi ulaşımı güvenli bulduklarını belirtmişlerdir ve kodun ağırlığı %5,7 olarak hesaplanmıştır. Otobüsteki görüntü ve ses kayıtlarının gerekli olduğu ve kent

içi güvenliği arttırdığı ise 1 kez vurgulanmış ve %0,9 oranında bir ağırlık oluşturmuştur. Katılımcı E11 “şoförler çok kaba. HES kodum yoktu otobüse bindim. Şurada iki dakika yapayım dedim. Şoför ‘kardeşim önceden yapsaydın’ dedi. Otobüsten indirdi. Maske tak diyor kendisi takmıyor. Üslupları hoş değil. Keşke hepsi kadın şoför olsa... Nerede kadın sayısı fazlaysa orada güzellik oluyor. Erkek olunca üslup düşüyor. Kadınlar çok kibar, otobüsü güzel kullanıyorlar. Sefer sayısı az olduğu için kalabalık dolayısıyla bulaş artıyor” ifadesiyle kent içi ulaşımında yaşanan olumsuzlukları ve olumlu gördüğü yanları belirtmiştir. Katılımcı E12 “şoförler üslup konusunda dikkatli olmalılar nihayetinde kamusal hizmet veriyorlar” ifadesiyle şoförlerin kaba olduğunu belirtmiştir. Katılımcı E20 ise Çanakkale’nin trafik sorunu nedeniyle kent içi ulaşımı güvenli bulmadığını belirtmiş “Atatürk caddesinde ilk şerit (sağ şerit) park halindeki araçlarla dolu olduğu için otobüs durağa yanaşamıyor bu da riski arttırıyor” ifadesiyle toplu taşımanın güvenliğinin artırılması için sağ şeridin ve otobüs duraklarının önünün diğer araçlar tarafından işgal edilmemesi gerektiğini vurgulamıştır.



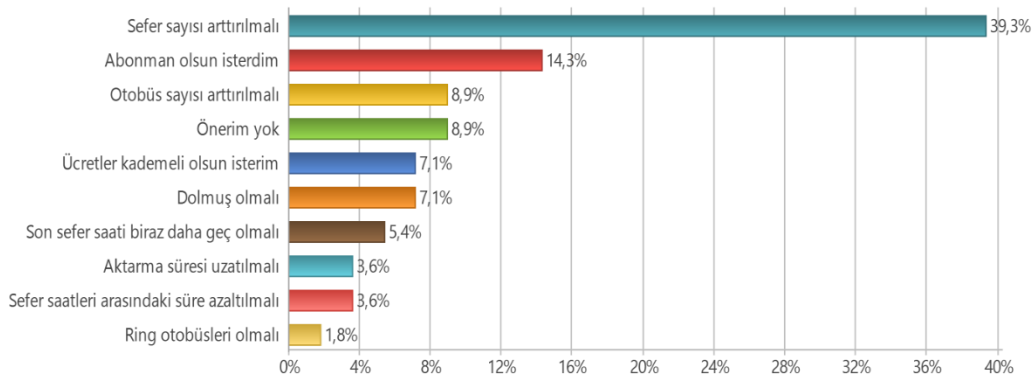
Grafik 10. Otobüs duraklarındaki tabelalar ve mobil uygulama

Akıllı kent uygulamalarının kent içi ulaşımı rahatlatığı ve daha etkili hale getirildiği düşünülmektedir. Bu nedenle Çanakkale ili merkez ilçedeki otobüs duraklarında bulunan ve bulunulan durağa gelecek otobüs hattının ve kaç durak kaldığının gösterildiği elektronik tabelalar ve Kent Kart mobil uygulamasının kullanımının değerlendirilmesi yapılmıştır. Öğrencilerin çoğu otobüs duraklarında bulunan elektronik tabelaların işe yaradığını söylemiştir. 24 kez vurgulanan tabelalar işe yarıyor kodu, %28,6’lık bir oranı oluşturmuştur. Buna ek olarak öğrenciler elektronik tabelaların her durakta bulunmadığını özellikle üniversite içindeki duraklarda olmamasını bir eksiklik olarak nitelendirmişler ve tabelalar arttırılmalı kodunu 13 kez vurgulamışlar bu vurgu da %15,5’lik bir oran oluşturmuştur. Öğrenciler tabelaların hatalı olduğunu ve durakları yanlış gösterdiğini, tabelada geldiği gözükken bazı otobüslerin gelmediğini daha sonra da tabeladan silindiğini bu nedenle de elektronik tabelaların işe yaramadığını 11 kez

vurgulamışlardır. Tabelalar işe yaramıyor alt kodunun oranı ise %13,1 olarak hesaplanmıştır. Tabelaların hatalı göstermesi, her durakta çalışmaması gibi nedenlerden dolayı tabelalar güncellenmeli ve bakımları yapılmalı kodu 10 kez vurgulanmış %11,9'luk bir ağırlık oluşturmuştur. Öğrenciler Kent Kart mobil uygulamasıyla ilgili sorulan sorulara da cevap vermişler mobil uygulama ile ilgili görüşlerini belirtmişlerdir. Buna göre katılımcılar 8 kez mobil uygulamanın çok karışık olması, bazı durakları doğru göstermemesi ve özellikle kent karta mobil uygulama ile para yüklemesi yapıldıktan sonra hızlıca güncellenmemesi nedeniyle işe yaramadığını belirtmişlerdir. Katılımcı E13 “kent kart mobili daha çözemedim. İnternet üzerinden uygulamadan para yükledim ama otobüse bindim yüklenmedi inerken basın dedi bastım yine yüklenmedi sonra ertesi gün kartta para gözükmeyişi için okula gidemedim dersi kaçırdım. Sonra yükleme noktasından yüklettim yükleme noktasından yüklettikten sonra ilk yüklediğim para da geldi. Uygulama güncellenmeli ve geliştirilmeli” ifadesiyle mobil uygulamadan kaynaklanan sorununu dile getirmiştir. Mobil uygulama işe yaramıyor kodunun ağırlık ortalaması da %9,5 olarak hesaplanmıştır. Öğrenciler %8,3'lik bir dilimi oluşturan mobil uygulamanın ile yaradığını 7 kez vurgularken, mobil uygulama kullanmıyorum kodu 5 kez vurgulanarak %6'lık bir ağırlık oluşturmuştur. Ayrıca öğrenciler kent kart uygulamasının işe yaramadığını düşünmelerine neden olan sebeplerden dolayı Kent Kart mobil uygulamasının güncellenmesi ve geliştirilmesi gerektiği kodunu 6 kez vurgulamışlar, kodun ağırlığı %7,1'lik bir oranı oluşturmuştur. Katılımcı E9 otobüs duraklarındaki göstergelerin işe yaramadığını belirtirken “hayır göstermiyor. Çünkü her durakta olmaması da sorun. En ücra durakta bile olmalı. Üniversite içinde yok en olması gereken yerlerden birisi. Kent kart uygulaması gerçekten berbat!” ifadesiyle elektronik tabelaların işe yaramadığını ve yetersiz olduğunu belirtirken kent kart mobil uygulaması hakkındaki görüşünü de dile getirmiştir.



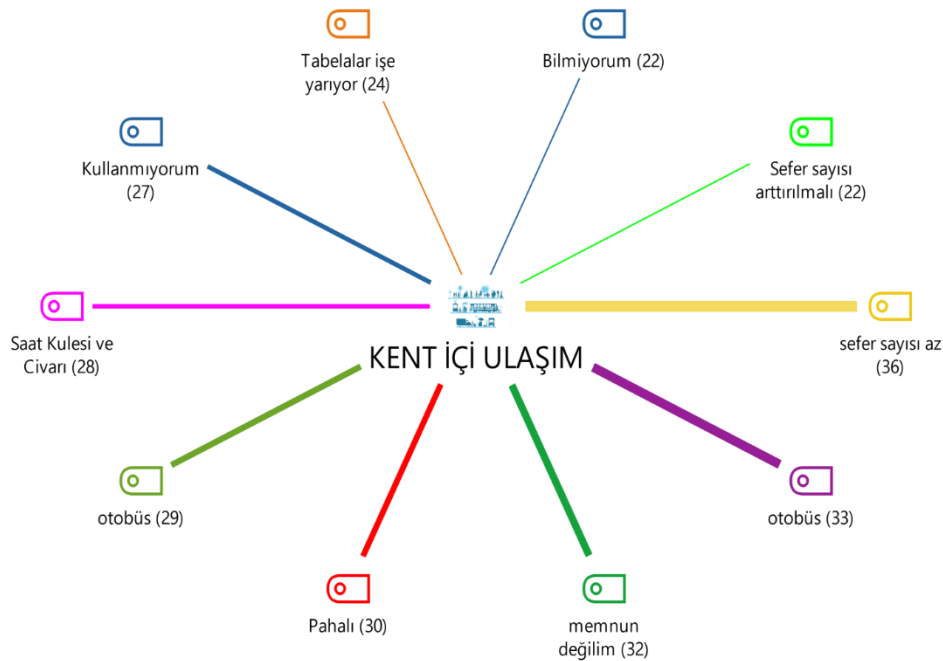
Fotoğraf 6. Duraklardaki elektronik tabelalar
Kaynak: Çanakkale Gündem Gazetesi



Grafik 11. Kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilmesi için öneriler

Son olarak öğrencilere kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilmesi için neler yapılabileceği sorulmuş öğrenci kenti olan Çanakkale'nin üniversite öğrencilerinin kent içi ulaşımına yönelik beklentilerine ve önerilerine değinilmiştir. Öğrenciler kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilebilmesi için sefer sayısının arttırılması gerektiğini 22 kez vurgulamışlardır ve bu alt kodun oranı %39,3 olarak en fazla önerilen kod olarak karşımıza çıkmıştır. Onu takiben ücretlere yönelik iyileştirmenin yapılması ya da Ankara ve İstanbul gibi şehirlerde olduğu gibi öğrenciler için abonman uygulamasına geçilmesini istemişlerdir. Abonman olsun isterdim kodunu 8 kez vurgulamışlar ve kod %14,3'lük oranla uygulanması en fazla istenen ikinci öneri olmuştur. Katılımcı E2 “Abonman kart olsun 100 lira olsun razıyım” diyerek abonman kartın öğrenciler için önemini vurgulamıştır. Öğrenciler otobüs sayısının da artması gerektiğini asıl sorunun otobüs azlığı olduğu bu nedenle de sefer sayısının az olduğunu belirtmişlerdir. Otobüs sayısı artmalı kodu 5 kez vurgulanmış ve ağırlığı %8,9 olarak belirlenmiştir. Öğrenciler kent içi ulaşımdan memnun olmaları nedeniyle ya da önerisi olsa da uygulanmayacağını düşünmesi nedeniyle 5 kez önerim yok kodunu vurgulamışlardır. Kodun ağırlığı ise %8,9 olarak belirlenmiştir. Öğrenciler ücret tarifesiyle ilgili değişikliğe gidilmesi ve ücretlendirmenin kademeli olmasını istediklerini belirtmişler ücretler kademeli olsun isterdim kodu 4 kez vurgulanmıştır ve kodun oranı %7,1 olarak hesaplanmıştır. Katılımcı E9 “gidilen mesafeye göre ücret tarifesi olsun isterdim, abonmana sıcak bakıyorum en büyük sorun ücret” ifadesiyle kent içi ulaşımında ücret sorununa yönelik önerisini dile getirmiştir. Katılımcı E10 “kademeli tarife istiyorum otobüsle 10 dakikalık bir sefer için 3 liranın fazla olduğunu düşünüyorum, abonman olsun isterdim” ifadesiyle ücretlerin kademeliendirilmesi ya da abonman karta geçilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Çanakkale’de toplu taşımada tek ulaşımın otobüs olması da eleştirilmiş ve dolmuş seferleri olsa kent içi ulaşımın rahatlayabileceğinden bahsedilmiştir. Öğrenciler 4 kez dolmuş olmalı kodunu vurgulamışlar ve bu alt kodun oranı da %7,1 olarak hesaplanmıştır. E13 “dolmuş olabilir hem o zaman otobüsler de bu kadar kalabalık olmazdı” ifadesiyle kent içi

ulaşımda dolmuşların da dahil edilebileceğini böylece kent içi ulaşımın rahatlayabileceğini belirtmiştir. Özellikle KYK gibi kordondan yürüyerek ulaşmanın zor olduğu yerlerde öğrenciler son sefer saatinin daha geç olması gerektiğini belirtmişler hatta bazıları sefer sıklığı azalsa da seferlerin 7/24 devam etmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Son sefer saatinin daha geç olması gerektiği kodu 3 kez vurgulanmış bu kodun ağırlığı ise %5,4 olarak hesaplanmıştır. Katılımcı K7 “Seferlerin erken bittiğini düşünüyorum bir saat daha uzatılabilir” ifadesiyle son sefer saatinin uzatılması gerektiğini belirtmiştir. Üniversiteye aktarma ile gelen öğrenciler ise aktarma süresinin 20 dakika olduğunu ve bazen 20 dakikada otobüs gelmediği için tam ücret ödemek zorunda kaldıklarını belirtmişler ve aktarma süresinin uzatılması gerektiğini belirtmişlerdir. Katılımcı E15 “Aktarma süreleri de çok kısa 20 dakika, uzatılabilir” ifadesiyle aktarma süresinin kısalığına vurgu yapmıştır. Aktarma süresi uzatılmalı kodu 2 kez vurgulanmış ve %3,6’lık bir ağırlık oluşturmuştur. Sefer saatleri arasındaki sürenin azaltılması gerektiği de belirtilmiş ve bu kod da 2 kez vurgulanarak %3,6’lık bir ağırlık oluşturmuştur. Son olarak üniversite içinde ring otobüsleri olması gerektiği de kampüs içindeki yurttan ve fakültelerden fakülterlere ya da fakültelerden kütüphaneye ulaşımın kolaylaştırılması açısından gerekli görülmüş ve 1 kez vurgulanmıştır. Kodun ağırlığı ise %1,8 olarak hesaplanmıştır. Katılımcı K11 seferle ilgili olarak “Otobüs seferleri arttırılmalı ve seferler 00’den sonra sıklığı azalsa da devam etmeli” diyerek kent içi ulaşımın 7/24 olması gerektiğini belirtmiştir.



Şekil 1. Tek vaka modeli

Şekil 1’de çalışmanın tek vaka modeli yer almaktadır. En çok vurgulanan kodlar saat yönünün tersinde en kalın olan çizgiden ince olan çizgiye doğru gitmektedir. Buna göre otobüs kodu 33 kez, sefer sayısı az kodu 33 kez, memnun değilim kodu 32 kez, pahalı kodu 30 kez, otobüs kodu 29 kez, Saat Kulesi ve civarı kodu 28 kez, kullanmıyorum kodu 27 kez, tabelalar işe yarıyor kodu 24 kez, bilmiyorum ve sefer sayısı arttırılması kodu 22 kez vurgulanarak çalışma içinde en fazla vurgulanan alt kodlar olmuştur. Kodların renkleri Tablo 1’deki kod matris tarayıcısındaki renkler ile aynı olup hangi alt kodun hangi temaya bağlı olduğu görülebilmektedir. Buna göre 33 kez vurgulanan otobüs kodu kent içi ulaşımda en çok kullanılan ulaşım aracını, 32 kez vurgulanan memnun değilim alt kodu kent içi ulaşım ve memnuniyet temasını, 29 kez vurgulanan otobüs alt kodu okula giderken en fazla kullanılan ulaşım yöntemini, 27 kez vurgulanan kullanmıyorum ve 22 kez vurgulanan bilmiyorum alt kodu alternatif ulaşım araçları ile ilgili görüşleri ve 22 kez vurgulanan sefer sayısı arttırılmalı alt kodu da kent içi ulaşımın daha iyi hale getirilmesi için öneriler temasının alt kodlarıdır.



Şekil 2. Kod bulutu

Araştırmada en fazla vurgulanan alt kodlar kod bulutu ile görselleştirilmiştir. Kod bulutuna göre otobüs alt kodu, sefer sayısı az kodu, Saat Kulesi ve civarı alt kodu, memnun değilim alt kodları vurgulanmış ve kod bulutunda da öne çıkmaktadır.

5. SONUÇ

Kentleşmenin artması kent alanlarındaki nüfus yoğunluğunu arttırmış bu durum da kent içi ulaşımı önemli hale getirmiştir. Çanakkale ili Merkez ilçedeki üniversite öğrencilerinin Çanakkale ili Merkez ilçedeki kent içi ulaşımına bakışlarını değerlendiren bu çalışmada elde edilen bulgular analiz edilerek ortaya konulmuştur. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nin Terzioğlu ve Anafartalar Yerleşkelerinde yürütülen çalışmada toplam 40 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile derinlemesine görüşmeler yapılmış ve kent içi ulaşım ile ilgili araştırmacının önceden belirlediği sorulara cevap vermeleri istenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden elverişli örnekleme modeli kullanılmıştır. Görüşmeler sonucu elde edilen veriler Maxqda programında kodlanmış ve anlamlı bilgiler haline getirilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda üniversite öğrencilerinin kent içi ulaşımdan memnun olmadıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin kent içi ulaşımdan daha etkili ve verimli faydalanabilmeleri için öncelikle ücret sorunun çözülmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu kapsamda öğrencilere abonman kart uygulaması gündeme getirilmelidir. Öğrencilerin, kent içinde sürekli hareket halinde olmaları nedeniyle toplu taşıma seferlerinin artırılması, özellikle öğrencilerin yoğun olarak kaldıkları KYK bölgesinin ek otobüs seferleriyle desteklenmesi elzemdir. Öğrenciler tek toplu taşıma aracının belediye otobüsü olmasını eleştirmişler ve dolmuş gibi alternatif toplu taşıma araçlarının olması gerektiğini belirtmişlerdir. Ancak kentin yapısı gereği dolmuş gibi istenilen yerde durdurulabilen toplu taşıma araçlarının zaten dar sokaklara sahip olan kentin trafik yükünü arttıracığı da düşünülmelidir. Alternatif ulaşım araçlarının kullanım alanları öğrencilerin çoğunu rahatsız etmezken, kaldırımların ortasına mavi şerit çekilmesi suretiyle sonradan bir bisiklet yolu yapılması alternatif ulaşım araçlarını kullanan sürücüler için de yayalar için de sorun yaratmaktadır. Alternatif ulaşım araçlarının yolunun, kaldırımın yola yakın olan kısmından alınan alanlarla güvenli bir bölgede oluşturulmasının hem alternatif ulaşım araçlarını kullananları hem de yayaları rahatlatacağı düşünülmektedir. Aksi takdirde yayaların yürüdüğü bir yerden bisiklet, martı, tazi gibi ulaşım araçlarıyla geçmenin riskler barındırdığı görülmeli ve belediyenin bu konuyla ilgili bir düzenleme yapması gerekmektedir. Öğrencilerin çoğu fakültelerine giderken otobüsü kullandıklarını belirtmiş bir kısmı da yürüdüğünü dile getirmiştir. Ancak burada öğrencilerin bölümlerinin ve fakültelerinin bulunduğu yerleşkenin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Anafartalar Yerleşkesi kordonun hemen arkasında olup ulaşımı yürünerek sağlanabilecek bir alandayken, Terzioğlu Yerleşkesi konumu ve coğrafi özellikleri itibarıyla yürünerek ulaşım sağlanmasının zor olduğu bir alanda bulunmaktadır. Bu nedenle Anafartalar Yerleşkesinde eğitim gören öğrenciler okula

yürüyerek gidebilirken, Terzioğlu Yerleşkesinde eğitim gören öğrencilerin otobüs kullanması gerekmektedir.

Öğrenciler Çanakkale’de Yalı Caddesi ve Matbaa sokağının dar olması nedeniyle her türlü motorlu araç girişine kapatılarak yayalaştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Ancak Aynalı Çarşı gibi yayalaştırmanın olduğu yerlere motosikletlerin girmesi ve kaldırımları işgal etmeleri de sorun olarak görülmektedir. Alan tamamen yayalaştırılamasa bile insan yoğunluğunun fazla olduğu saatlerde yayalaştırma yapılması, belirli saatlerde de araçların girişine açılması önerilmektedir. Kent içi ulaşımın daha güvenli hale getirilmesi için şoförlerin daha dikkatli araç kullanması gerektiği kesindir. Buna ek olarak; akıllı kent uygulamaları kapsamında akıllı durakların oluşturulması, kent kart mobil uygulamasının varlığı ile bazı otobüslerin içinde güzergâh gösteren ve bulunulan durağı belirten ekranların olması olumlu yönde atılmış adımlar arasındadır. Ancak akıllı durakların işler vaziyette olması, kent kart mobil uygulamasının güncellenmesi de kullanıcıların memnuniyeti açısından oldukça önemlidir. Bu tarz akıllı kent uygulamalarının belediye ve üniversite işbirliğiyle öğrencilere danışılarak geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Çalışma, öğrencilerin Çanakkale ili Merkez ilçede kent içi ulaşımı yetersiz ve toplu taşıma ücretlerini de pahalı bulduklarını ortaya koymuştur. Çalışmanın geliştirilebilir yönü nitel soruların nicel sorulara dönüştürülerek anket yöntemiyle daha fazla öğrenciyle görüşme yapılabilmesi olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Ağaoğlu, M. N., & Başdemir, H. (2019). Kent içi ulaşım sorunları ve çözüm önerileri. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi* (GBAD), 8(1), 27-36.

Akbulut, F. (2016). Kentsel ulaşım hizmetlerinin planlanması ve yönetiminde sürdürülebilir politika önerileri. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (11), 336-355.

Akça, C. (2018). *Kent içi ulaşım sistemlerinin değerlendirilmesi ve geliştirilmesi: Güngören-İstanbul Örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Tez No: 491703 <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Aslan, R. (2021). *Engelli bireylerin afet deneyimleri: Fenomenolojik bir araştırma, Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü* [Yayınlanmamış doktora tezi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.

ÇABİS (2022). <https://cabis.canakkale.bel.tr/> (01.02.2022).

ÇABİSa (2022). <https://cabis.canakkale.bel.tr/fiyatlar.aspx> (01.02.2022).

ÇABİSb (2022). <https://cabis.canakkale.bel.tr/istasyonlar.aspx> (01.02.2022).

- Çanakkale Belediyesi Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü, (2022). <https://ulasim.canakkale.bel.tr/hakkimizda/> (01.02.2022).
- Çanakkale Belediyesi Belediye Meclis Kararı (2022). Karar No: 2022/9. <https://ebelediye.canakkale.bel.tr/akos.e-belediye.web/anasayfa/rapor.aspx> (01.02.2022).
- Çanakkale Belediyesi Belediye Meclis Kararı (2022a). Karar No: 2022/53. <https://ebelediye.canakkale.bel.tr/akos.e-belediye.web/anasayfa/rapor.aspx> (18.07.2022).
- Çanakkale Belediyesi Ulaşım Hizmetleri Müdürlüğü (a), (2022). <https://ulasim.canakkale.bel.tr/wp-content/uploads/2018/02/HAFTA-ICI-15.pdf> (01.02.2022).
- Çanakkale Haber (2020). Toplu Taşımada Yeni Uygulama, <https://www.canakkalehaber.com/toplu-tasima-da-yeni-uygulama/17296/> (02.02.2022).
- Eryiğit, S. (2005). *Bütünleşik planlama yaklaşımı ile HRS'lerin diğer ulaşım sistemleri ile ilişkisinin irdelenmesi: Konya Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Tez No: 167706 <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> (Erişim Tarihi: 31.01.2022).
- Gazete Boğaz (2022). Tazı'dan sonra Marti'da geldi. <https://www.bogazgazetesi.com.tr/haber/35379-tazidan-sonra-marti-da-geldi> (06.10.2022).
- Güçlü, İ. (2019). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri teknik yaklaşım uygulama*, (1.bs.). Nobel Yayıncılık. Ankara.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., & Taşgın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma*, (2.bs.). Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Keleş, R., & Unsal, A. (1982). *Kent ve siyasal şiddet. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları*, No: 507. Ankara.
- TDK, (2022, Ocak 31). <https://sozluk.gov.tr/>
- Yücel, U., Akın, B., & Güzel, K. (2022). Kadınların özel hastanede doğum yapma tercihi ve doğum deneyimleri: Nitel araştırma. *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(2), 210-217.
- 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu (2004). Resmî Gazete, Sayı: 25531, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/07/20040723.htm#1> (01.02.2022).
- 5393 Sayılı Belediye Kanunu (2005). Resmî Gazete, Sayı: 25874, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/07/20050713-6.htm> (01.02.2022).



Hikaye Anlatıcılığı ve Etkili Liderlik İlişkisi Üzerine Nitel Bir Çalışma¹

Büşra MÜCELDİLİ ^{2*}, Ilgı DURAN³

Geliş Tarihi/Received Date: 01.10.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 23.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Örgütlerin başarıya ulaşmasını sağlamada en önemli faktör olan insan kaynağını yönlendirmenin, en güçlü yöntemlerinden biri etkin liderlik becerisi ile çalışanların motive edilmesi ve örgüte bağlılığının sağlanmasıdır. Literatürde, liderlerin takipçileri üzerindeki etkisini artıran birçok yöntem ve araç bulunmaktadır. Bu araçlar içerisinde, hikaye anlatıcılığı, insanların rasyonel akıllarına değil, duygularına hitap eden ve takipçiler üzerinde en çok etkisi bulunan araçlardan biridir. Hikaye anlatıcılığı etkin bir şekilde kullanıldığında liderin fikirlerini karşısındakine açıklamasına, bilgisini onlarla paylaşmasına, ortak bir vizyon oluşturmaya ve çatışmaları barışçıl bir şekilde çözmesine yardımcı olmaktadır. Araştırmanın amacı, hikaye anlatıcılığı ile etkili liderlik arasındaki ilişkinin incelenip, örgütsel etkilerinin ortaya konulmasıdır. Çalışmanın örneklemini İstanbul ilinde bulunan, özel şirketlerin farklı alanlarında görev yapan ve ekip yöneten 7 yönetici oluşturmaktadır. Araştırmanın kapsamını oluşturan veriler, nitel araştırma yöntemlerinde sıklıkla başvurulan bir teknik olan görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmada görüşme türlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın sonucu, alan yazında yer alan çalışmalar ile paralellik göstermekte, özellikle astları ile olan iletişimlerinde liderlerin sıklıkla hikaye anlatıcılığına başvurduğu ve örgütte liderlik etkilerini arttırdıkları gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Hikaye, Hikaye Anlatıcılığı, Çalışan Davranışı, Örgütsel Başarı

¹ Ilgı Duran yüksek lisans bitirme projesinden türetilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-2770-6137

*Sorumlu yazar/Corresponding author,
E-mail/e-ileti: busramu@yildiz.edu.tr

³ Tezsiz yüksek lisans öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İnsan Kaynakları Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı, ORCID ID:0000-0003-1702-6023

A Qualitative Research on the Relationship between Storytelling and Effective Leadership

One of the most powerful methods of directing human resources, which is the most important factor in ensuring the success of organizations, is to motivate employees and ensure their commitment to the organization with effective leadership skills. There are many methods and tools in the literature that increase the influence of leaders on their followers. Among these tools, storytelling is one of the tools that appeals to people's emotions, not their rational minds, and has the most impact on followers. When used correctly, it helps the leader to explain the ideas, share the knowledge with them, create a shared vision and resolve conflicts peacefully. The aim of the research is to examine the relationship between storytelling and effective leadership and to reveal its organizational effects. The sample of the study consists of 7 managers working in different fields and managing teams in private companies in İstanbul. The data constituting the scope of the research were obtained by the interview technique, which is a technique frequently used in qualitative research methods. In addition, semi-structured interview technique was used in this research.

Keywords: Leadership, story, storytelling, employee behavior, organizational success

1. GİRİŞ

Lider ve liderlik kavramları örgütsel davranış alanında, profesyonel ve akademisyenlerin dikkatini çeken konuların başında gelmektedir. Örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasında en önemli kaynağı olan insan kaynağını, örgüte çekme, motive etme ve elde tutmada liderlerin rolü önemlidir. Literatürde, liderlerin takipçileri üzerindeki etkisini artıran birçok yöntem ve araç bulunmaktadır. Özellikle 1980'lerden itibaren örgütlerde duyguların rolü vurgulanmaya başlamış ve liderlerde de çalışanlarla iletişim kurarken çalışanların duygu ve değerlerine vurgu yapmaya başlamışlardır. Çalışanlarla kurulan iletişimde duygu ve değerlere vurgu yapılırken hikaye ve hikaye anlatıcılığı kullanılan araçlardan biridir. Bu araç, doğru kullanıldığında liderin fikirlerini karşısındakine açıklamasına, bilgisini onlarla paylaşmasına, ortak bir vizyon oluşturmaya ve çatışmaları barışçıl bir şekilde çözmesine yardımcı olmaktadır.

Liderler için hikayeler değerli araçlardır. Bilgiyi paylaşmalarını, yeni fikirleri açıklamalarını ve hayata geçirmelerini, çatışmaları çözmelerini, yeni vizyonlar yaratmalarını, örgüt kültürünü oluşturmalarını, bireylerin ve grupların temel ilkelerini etkilemelerini ve bu ilkeleri birlikte yaratmalarını sağlarlar. Liderler, hikaye anlatımı yoluyla örgütsel öğrenmenin kalitesini de etkilerler (Mladkova, 2013).

Bu araştırma, hikaye anlatıcılığı ve etkili liderlik arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. İlk olarak, hikaye ve hikaye anlatıcılığı kavramları tartışılacak, ardından liderlik ve hikaye anlatıcılığı ile ilgili literatür taraması yapılacak, son olarak, nitel araştırma yöntemi kullanılarak mülakat tekniği ile hikaye anlatıcılığı ve liderlik arasındaki ilişki ortaya konulacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Hikaye ve Hikaye Anlatıcılığı Kavramı

Hikaye; Türk Dil Kurumu tarafından gerçek veya tasarlanmış olayları anlatan düzyazı türü, öykü olarak tanımlanmıştır. Hikayeler insanların iletişim kurmalarına, öğrenmelerine, sorunlardan uzaklaşmalarına, rahatlamalarına, dönüşmelerine ve iyileşmelerine imkan veren önemli unsurlardır. İnsanlar hikâyeleri sadece dinlemekle kalmazlar, zihinlerinde canlandırır ve hikâyede geçen duyguları da hissederler. Örneğin, Denning'e göre, bir hikaye anlattığımız zaman kendimizden bir parça paylaşıyoruz ve "başkalarına benzer olduğumuz şeyleri hissettiririz" (Ranci re, 1991).

Lipman (1999)'a göre gelecek nesillere deneyimleri ulaştıran hikayenin  c temel ögesi vardır. Bu  geler; hik yeyi anlatan kişi, dinleyen kişi ve hik yedir. Hikaye ve olay örgüsü iyiye, dinleyici hikayenin içine çekilir ve kahramanın yerine geçer. Kahraman onu yolculuğına çıkarır; dinleyici onunla birlikte onun sorunlarını  oz r ve engellerini aşar. Hikayenin sonunda da kahraman ile kazanır veya kaybeder. Dinleyici tüm bu sanal yolculuk boyunca gerçek hayatta olduğu gibi öğrenme sürecini gerçekleştirir.

Hikayeler bireyler, gruplar, topluluklar, kültürler, toplumlar ve milletler tarafından oluşturulur. Gruplar, kültürler, toplumlar ve milletler mitlerini, efsanelerini, tarihlerini depolamak için bir medya aracı olarak hikayeleri kullanırlar. Grubun bir parçası olmak isteyen birey grubun hikayelerini bilmeli ve kabul etmelidir. Hikayeler dinamiktir. Zamanla gelişirler. Kabul edilmeyen ve bir süre kullanılmayan hikayeler kaybolabilir ve yerine yenileri oluşturulur (Mladkova, 2013).

Hikaye anlatıcılığı, bilgiyi kişiden kişiye ve nesilden nesile aktaran bir aktivite olarak ifade edilmektedir (McDrury & Alterio, 2003). Diğer bir ifadeyle, hikâye anlatıcılığı, izleyicilerin dikkatini çekmek için kelimeler ve eylemler yoluyla hikâye anlatma sanatı olarak tanımlanmaktadır (Soleimani & Akbari, 2013). Halk sanatları toplumun hisleri ve hayalleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Hik ye anlatıcılığı insanların sahip olduğu en g cl  iletişim biçimlerinden biridir. Aktarılmak istenen öğretiler hik yeleştirilerek, anlatıcının yetenekleriyle birleşir.

2.2. Hikaye Anlatıcılığı ve Liderlik

Liderler tarih boyunca insanların ilgisini çekmiştir. Politikada veya askeriye de önemli rollere sahip olan liderler, krizleri kontrol altına alarak veya kitleleri etkileyip harekete geçirerek bireyleri etkilemeyi başarmışlardır. İş dünyası son yıllarda belirsizliğin en yüksek olduğu alanlardan biridir ve günümüz örgütlerinde teknolojinin hızla değişmesi, müşteri beklentilerinin tahmin edilemez olması, farklı kuşaklarda çalışanların yönetimindeki zorluklar, etik konuların önem kazanması ve ayrımcılık gibi durumlarla karşılaşılması güçlü liderlere ihtiyacı arttırmıştır.

Örgütsel davranış alanında liderlik farklı teorik perspektiflerle ele alınmıştır. Özellikler teorisi, davranışsal teoriler, dönüştürücü teoriler ve çağdaş sonrası yaklaşımlar olarak pozitif psikoloji tabanlı liderlik araştırmaları literatürde göze çarpmaktadır.

Modern organizasyonda liderlerin işlevleri de genişlemektedir. Liderler, bireylere ilham vermek, yön vermek, kültür oluşturmak, örgütsel kabiliyetleri geliştirmek ve takım çalışması, öğrenme ve bilgi paylaşımı, güven ve iş birliği oluşturmaya çalışmaktadır.

Kişiler arası güven, organizasyonlarda etkinliği sağlamak için ana yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Lidere duyulan güven ise, büyük ölçüde çalışanların liderin dürüstlüğü ve takipçilerine nasıl davrandığı ve onları nasıl değerlendirdiğine olan inancına bağlıdır (Dirks & Ferrin, 2002).

Liderlerin takipçileriyle iletişim kurma ve güven inşasında kullandıkları araçlardan biri de hikayelerdir. Hikâyeler eğlendirebilir, öğretebilir, sevindirebilir, korkutabilir veya ilham verebilirler. Bu bağlamda, hikaye anlatıcılığı, insanları ve ilişkileri daha etkin bir şekilde yönetmek için bir strateji olarak kullanılabilir. Özellikle, günümüzün modern organizasyonlarında çeşitlilik yönetiminde hikâye anlatıcılığı, farklı kültürlerden insanları birbirine yakınlaştırmak için kullanılabilir, böylece farklı kültürel geçmişe sahip takımların başarılı olarak yönetilmesi sağlanır.

Liderler, hikayeler ve anlatılar anlatarak örgüt içinde veya takım içindeki takipçi davranışlarını etkilerler. Siyasi, dini, askeri ve iş dünyası liderleri her zaman hikayeleri (mitler, masallar, atasözleri, destanlar) başkalarını eyleme yöneltmek ve ilham vermek için kullanmışlardır. Bazen hikayeler doğada kahramanca (muhtemelen bunu yapamazsınız), bazen uyarıcı (bunu asla yapmayın), bazen motive edici (bunu yapmaya çalışmalısınız), bazen teşvik edici (her zaman bunu yapın) ve bazen açıklayıcı (bunu yaptım ve öğrendiğim şey bu) şeklindedir. Analojiler, metaforlar, anekdotlar ve hatta günlük hayatta liderler tarafından anlatılan şakalar da

dahil olmak üzere hikayelerin, (Buchanan & Dawson, 2007) takipçiler üzerinde anlamayı kolaylaştırmak ve bağlılığı artırmak gibi yararlı etkileri vardır (Gill, 2011).

Hikaye anlatıcılığı, insanlık tarafından kullanılan ilk iletişim stratejilerinden biridir. Hikayelerin örgüt kültürünü etkileme ve insanların bağlantı kurmasına, özgün bir anlayış geliştirmelerine ve ortak amaçlar etrafında birleşmelerine yardımcı olma potansiyeli bulunmaktadır (Fisher, 1984; Guber, 2011).

Hikaye anlatıcılığı, kurumsal iletişimin ve anlamlandırmanın bir parçasıdır ve anlatılar, örgütün anlamını oluşturan katılımcılar için önemlidir (Auvinen vd., 2013). Popüler yönetim literatürü iyi bir hikayenin her zaman takipçilerin üzerinde olumlu etkileri olduğunu ve hikaye anlatımının genellikle hikaye olmayan iletişim biçimlerden daha üstün olduğunu ifade etmektedir (Denning, 2011). Ancak hikayeler bazen amaçlarına ulaşamazlar (Randall & Harms, 2012). Örneğin hikayeler olgusal bilgilerden yoksunsa (Gill, 2011) ve izleyicinin beklentilerini karşılamıyorsa hikaye anlatımı bazen hedeflenen sonuca ulaşmada başarısız olur (Randall & Harms, 2012).

Hikaye anlatıcılığı, liderlik alanında çalışan akademisyenler tarafından literatürde liderlik ile ilişkilendirilmiştir (Auvinen vd., 2013). Son yirmi yılda hikaye anlatımı liderlik teorisi ve uygulamasında güçlü bir konum kazanmıştır

Bir lider, hikayeleri ve hikaye anlatıcılığını şu amaçlarla kullanabilir (Mladkova, 2013):

- Fikirlerin açıklanması
- Değişimin uygulanması
- İletişimi iyileştirme
- Örtülü bilgi paylaşımı
- İnovasyonun yoğunlaştırılması
- Topluluk ve ekip oluşturma
- Planlama
- Senaryoların ve vizyonların oluşturulması
- Koçluk ve eğitim
- Müşteriler ve diğer paydaşlarla iletişim
- Güven inşası

▪ E-öğrenme ve diğerleri

Boje (1991), örgütsel hikaye anlatımının organizasyonun “kurumsal hafıza” sistemi olarak görülebileceğini savunur. Postmodern bir bakış açısıyla, örgütsel hikayeler ve hikaye anlatıcılığı, bilgi gürültüsüyle dolu bir alanda anlamı yeniden kurmanın ve anlam oluşturmayı kolaylaştırmanın bir aracı olarak görülmektedir (Gabriel, 2000).

Diğer yandan, genellikle karizmatik liderlik ve hikaye anlatımı iç içedir (Boje 1991; Gabriel 2000; Denning 2004, 2005). Karizmatik liderlerin sembolizmi kullanmaya meyilli olması ve dramayı günlük iletişimde kullanmaları (Cogner & Kanungo, 1987) bir araç olarak hikaye anlatıcılığını kullanmalarını desteklemektedir.

Lider ve takipçi arasındaki hiyerarşik ilişki, iletişim “yüz yüze” gerçekleştiğinde azalabilmektedir. Temelde, örgütteki herkes hikaye anlatımı süreçlerinde yer alabilir ve bu durum eşitliği teşvik eder (Weick & Browning, 1986). Liderler ve takipçiler hiyerarşik seviyelerden kaynaklanan engellerin arkasına hapsolmek ve örgütteki güç farklılıkları ile yüzleşmek yerine aynı örgütü paylaştıklarını hissederler.

Kouzes ve Posner (2002), Dave Snowden'ın hikaye anlatımı konusundaki fikirlerinden bahseder. Ona göre hikayeler bir bütündür, örgütün ne olduğunu ve onun için çalışmanın ne anlama geldiğini tanımlamanın bir parçasıdır. Liderler, her organizasyonda bulunabilecek birçok farklı türde hikayeyi kullanabilir ve bunlardan faydalanabilir. Örgütte anlatılan hikayelerin karakteri ve türü, organizasyonu karakterize eder ve onun güçlü ve zayıf yanlarını, değerlerini, ilkelerini ve sağlığını yansıtır. Hikayeler astların fikirlerini, vizyonlarını ve yönetsel kararlarını yansıttıkları için bunları bilmek sağlıklıdır. Bilinmeyen, gizli ve göz ardı edilen hikayeler liderlerin de çıkarlarını tehdit edebilir (Mladkova, 2010).

Hikaye anlatma yeteneği, önemli bir liderlik uygulaması olmakla birlikte, aynı zamanda bazı liderler için zorlayıcıdır (Baltoni, 2003; Denning, 2011). Paylaşacak hikayelerinin olmaması ya da kişisel hikayelerini anlatırken rahat hissetmemeleri onların hikaye anlatmasını engelleyebilir. Bir hikayeyi paylaşmak, bazı hikayelerin başarısız olabileceği ve liderin güvenilirliğini azaltabileceği için risklidir. Ancak günümüzde, hikayeleri aktarmak için yaşam deneyimlerini diğerlerine yansıtabilen liderlerin başkalarıyla daha özgün iletişim kurma yeteneklerini arttırmaktadır (Auvinen, Lamasa, Sintonen & Takala, 2013).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmanın araştırma sorusu “Hikaye anlatan liderlerin çalışanlar üzerinde etkisi var mıdır?” ve bu durum “Astları nasıl etkilemektedir?”. Bu soruları cevaplamak için yaşanan gerçek

deneyimlerden yola çıkarak, tümevarımcı ve yorumlayıcı bir yaklaşım olan nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar sayıların gücü yerine sözcüklerin gücünü göstermektedir.

Araştırmada nitel yöntemlerden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Katılımcılara ilk olarak demografik sorular yönlendirilmiş ardından liderlik ve hikayelerin gücü ile ilgili sorular yönlendirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmada İstanbul ilinde bulunan, özel şirketlerin farklı bölümlerinde görev yapan ve ekip yöneten 7 yönetici ile yüz yüze mülakat yapılmıştır.

Araştırmaya dahil olacak katılımcılar belirlenirken bu yöneticilerin farklı alanlarda, yaşlarda ve yöneticilik kıdemlerinde olmasına çeşitliliğin sağlanması için dikkat edilmiş ve araştırma için geniş bir katılımcı yelpazesi sağlanması hedeflenmiştir. Araştırmada kullanılan kriterler ise, bir şirkette en az üç yıl boyunca yöneticilik yapmak ve en az iki kişiden oluşan bir ekip yönetmektir. Bu kriterin kullanılmasının nedeni, ekip yöneten yöneticilerin, liderlik ve hikaye anlatıcılığı kavramları hakkında daha fazla deneyime sahip olmasıdır. Farklı alanlarda çalışan yöneticilerin tercih edilmesinin nedeni ise, hikaye anlatıcılığı ve etkin liderlik ilişkisine ait algının birbirinden ayrı alanlarda ne düzeyde farklılaştığını araştırmaktır. Araştırmaya katılan yöneticilere ait demografik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya katılan yöneticilere ait bilgiler

<i>Sıra No</i>	<i>Bölüm</i>	<i>Yaş</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Yöneticilik Kıdemi (Yıl)</i>
1	Proje Yönetimi	32	E	7
2	Kreatif Departman	34	E	4
3	İnsan Kaynakları	37	E	5
4	Eğitim ve Gelişim	39	K	5
5	Muhasebe	35	E	8
6	Üretim Planlama	38	E	10
7	Müşteri Hizmetleri	55	E	15

Tablo ile ilgili açıklamalar: Cinsiyet başlığı altında Erkek, (E) olarak Kadın, (K) olarak ifade edilmiştir.

3.2. Verilerin Toplanması

Araştırmada veriler toplanırken, farklı alanlarda çalışan 7 yöneticiye ulaşılmış, araştırmanın amaçları hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanmış, yöneltilen soruların ne amaçla kullanılacağı açıklanmış ve katılımın tamamen gönüllülük esasına dayalı olduğu vurgulanmıştır.

Katılımcılara, kimliklerinin ve kendilerinden elde edilen verilerin gizli tutulacağı ve araştırmanın herhangi bir yerinde kendilerinin ya da çalıştıkları şirketlerinin adının geçmeyeceği konusunda güvence verilmiştir. Ayrıca katılımcılara çalışmanın ileride akademik yayına dönüştürülebileceği ihtimalinden de bahsedilmiştir. Bu kapsamda, 7 yönetici görüşmeye katılmak istediklerini belirtmişlerdir. Sonrasında, görüşmeyi kabul eden yöneticiler ile görüşme tarihleri ve saatleri belirlenmiş ve belirlenen tarihlerde kendileriyle görüşülerek görüşme soruları yöneltilmiştir. Görüşmeler elektronik olarak kayıt altına alınmıştır. 7 yönetici ile bireysel olarak birer kez görüşülmüş ve bu görüşmelerin her biri 15-20 dakika sürmüştür.

3.3. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analiz sürecinde içerik analizi ve betimsel analizden faydalanılmıştır. Nitel içerik analizi, verileri analiz etmek ve anlamını yorumlamak için şu anda mevcut olan birkaç nitel yöntemden biridir (Schreier, 2012). Araştırma yöntemi olarak, tanımlamanın ve fenomenlerin nicelleştirilmesinin sistematik ve nesnel bir yolunu temsil etmektedir (Downe-Wamboldt, 1992; Schreier, 2012). Betimsel analizde ise veriler görüşme yapılan kişiden temin edildiği şekilde herhangi bir değişiklik yapılmadan alıntılar şeklinde sunulur. Çalışmada, betimsel analiz kapsamında ise katılımcılara ait görüşler de bulgular içerisinde direkt olarak alıntı yapılarak paylaşılmıştır.

Katılımcı yöneticileri ile görüşme sonrasında, görüşme soru formunda yer alan sorular temel alınarak 6 adet ana konu belirlenmiştir. Bu ana konular, yöneticilerin, yönetici olmasında etkilendiği kişiler ve olaylar, yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları ve başa çıkabildikleri zorluklar, yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma yöntemleri, karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma hikayelerini anlatmalarının ardından astlarından aldıkları tepkiler, astlarına anlattıkları ve onlara ilham olduğunu düşündükleri hikayenin konusu, ve hikayeyi anlatma amaçları şeklinde belirlenmiştir. Bu konulara göre belirli kodlar oluşturulmuş ve analiz edilmiştir. Analiz aşamasında yöneticilerin verdikleri cevaplar dikkatli bir şekilde dinlenmiş ve tetkik edilerek uygun olduğu kod ile eşleştirilmiştir. Yöneticiler tarafından paylaşılan her yanıtın frekansı 1(bir) olarak dikkate alınmış ve tüm katılımcı yöneticilerin paylaştığı yanıtlar incelenerek kodlar arasındaki paralellikler ve farklılıklar tespit edilmiştir. Sonuç olarak, tüm kodlar ve frekansların analiz edilmesinin akabinde araştırmanın bulgularına ulaşılmış ve bulgular yorumlanmıştır. Alıntı yapılan yöneticiyi ifade etmek için Yönetici kelimesinin baş harfi ile birlikte (Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7) şeklinde numaralar verilmiştir. Çalışmanın hedefi kapsamında ulaşılan bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

4. BULGULAR

4.1. Yönetici Olmalarında Etkilendikleri Kişiler ve Olaylar

Katılımcılarla ilk olarak, “Yönetici olmanızda sizi etkileyen kişiler ve olaylardan bahsedermisiniz?” sorusu paylaşılmış ve Tablo 2’ de gösterilen yanıtlar alınmıştır.

Tablo 2. Yöneticilerin, yönetici olmalarında etkilendiği kişiler ve olaylara yönelik bulgular

<i>Kodlanmış Cevaplar</i>	<i>Frekans</i>
Karakter yapısının yöneticiliğe uygun olması (Y1,Y2)	2
Negatif yönetici davranışları ile karşılaşp aksini gerçekleştirme isteği (Y1)	1
Anlatan ve dinleyen rol model yöneticiler (Y1,Y6)	2
İnsanları geliştirme ve onları başarılı bir noktaya taşıyabilme isteği (Y1,Y2,Y3)	3
Başarı ve kariyer hikayesi olan rol model yöneticiler (Y3)	1
Kendi deneyim ve tecrübelerini aktaran ve bilgisini paylaşan rol model yöneticiler (Y4,Y5,Y6)	3
Adaletli, güvenilir ve şeffaf iletişim kuran rol model yöneticiler (Y7)	1

Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılan yöneticilerin yarısına yakını (n=3) yönetici olmalarında etkilendikleri kişiler ve olaylara “Kendi deneyim ve tecrübelerini aktaran ve bilgisini paylaşan rol model yöneticiler” ve “İnsanları geliştirmek ve onları başarılı bir noktaya taşıma isteği” olarak cevapladığı görülmektedir.

Yöneticilerden birisi bu konuya ilişkin şu ifadeyi kullanmıştır,

“İlk çalıştığım şirketteki ekip müdürüm. Birikimlerini, mesleki deneyimlerini mesleğe yeni başlayan kişilere severek anlatması, bilgi paylaştıkça motive olması, yönetici olmamdaki en güçlü nedenlerden birisidir.” (Y5)

Bu cevapları izleyen diğer cevaplar ise (n=2) “Anlatan ve dinleten rol model yöneticiler” ve “Karakter yapılarının yöneticiliğe uygun olması” şeklinde olmuştur.

Bu konuda bir yöneticinin cevabı şöyledir,

“İlk çalıştığım fabrikadaki genel müdür yardımcımız hem bana rol model oldu, hem gelişimimde büyük rol oynadı. Üst düzey bir yönetici olarak birebir görüşmeler yapması ve bana zaman ayırması beni motive etti. Disiplinli olması, diyalog kurması, anlatması, dinlemesi ve insanlar üzerindeki etkileri yönetici olmamda beni etkilemiştir.” (Y6)

Yöneticilerin verdikleri diğer cevaplar ise (n=1) “ Negatif yönetici davranışları ile karşılaşp aksini gerçekleştirme isteği”, “ Başarı ve kariyer hikayesi olan rol model yöneticiler” ve “Adaletli, güvenilir ve şeffaf iletişim kuran rol model yöneticiler” olmuştur.

Bir diğer yöneticinin cevabı aşağıdaki şekildedir,

“Özellikle ekipteki müdürlerin, fabrika müdürlerinin baskıcı ve yanlış yönetimi beni çok fazla etkiledi. En çok da aslında biraz onlardan yöneticiliğin ne olmaması gerektiğini anladım. Biraz da kendi karakterim dolayısıyla daha fazlasını istedikçe genç yaşta yöneticiliğe doğru ilerlemiş oldum. Çok başarılı yöneticilerle de çalıştım. En son yöneticilerimden biri çok doğru bir dinleyici, anlatıcı, insiyatif veren ve verdiğim kararların arkasında duran bir yöneticiydi” (Y1).

4.2. Yöneticilikleri Sırasında Karşılaştıkları ve Başa Çıkabildikleri Zorluklar

Katılımcılara yöneltilen, “Yöneticiliğiniz sırasında karşılaştığınız ve başa çıkabildiğiniz zorluk neydi?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 3’de aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

Tablo 3. Yöneticilerin, yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları ve başa çıkabildikleri zorluklara yönelik bulgular

Kodlanmış Cevaplar	Frekans
Sahada karşılaşılan zorlayıcı fiziksel şartlar (Y1)	1
Astların profesyonel ve özel sebeplerden dolayı demotive olduğu durumları yönetmek (Y3, Y4, Y6, Y7)	4
Şirket ile ekibindeki astları arasındaki ilişkiyi yönetmek ve dengeyi sağlamak (Y2, Y6)	2
Şirket kararlarını ekibindeki astlarına doğru bir şekilde aktarabilmek (Y2, Y6)	2
Belirsizliği yönetmek (Y3, Y4)	2
Performansı nedeniyle çalışanın iş akdini sonlandırmak (Y5, Y6)	2
Astlarının kendi potansiyelini ortaya çıkarmada içlerindeki isteği uyandırmak ve sorunlara kendi çözümlerini buldurmak (Y4)	1
Ekibindeki astlar arasındaki anlaşmazlıkları çözmek (Y7)	1

Tablo 3 incelendiğinde, yöneticilerin yarısından fazlasının (n=4) yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları ve başa çıkabildikleri zorluk “Astların profesyonel ve özel sebeplerden dolayı demotive olduğu durumları yönetmek” şeklinde ifade edilmiştir.

Yöneticilerden birinin bu soruya cevabı aşağıdaki şekildedir,

“Birçok zorlukla başa çıktık ama belirsizliği yönetmek ve ekibin profesyonel veya özel sebeplerden demotive olmasını yönetmek diyebilirim.” (Y3)

Çalışmada eşit olarak değinilen diğer ifadeler (n=2) ise “Şirket ile ekibindeki astları arasındaki ilişkiyi yönetmek ve dengeyi sağlamak”, “Şirket kararlarını ekibindeki astlarına doğru bir şekilde aktarabilmek”, “Belirsizliği yönetmek” ve “Performansı nedeniyle çalışanın iş akdini sonlandırmak” olmuştur.

Bu bulguları destekler nitelikte bazı katılımcı görüşleri şöyledir,

“En zor şey, şirket diye tanımlanan aslında bir şahıs olmayan varlıkla çalışan insan arasındaki ilişkiyi kurmak. Bazı kararlar alınır ve bu kararlar genellikle mantık çerçevesinde

alınan kararlardır. Ama bunu anlattıklarınız insanlardır. İnsanlar da bazen bu mantıklı kararları anlamayabiliyor. Şu ana kadar özellikle ilk aşamada zorlandığım, şirket tarafından alınan kararların ekiptekilere aktarılmasıydı. Kurduğun cümle, yaklaşımın ve bu süreci doğru aktarıp aktaramaman sürecin başarısızlıkla sonuçlanmasına sebep olabiliyor.”(Y2)

“Yöneticilikte karşılaştığınız en önemli zorluklardan biri ekiptekilerin demotive olmasını engellenmektir. Onların mesleki ve günlük sorunları ile uğraşıyorsunuz. Bazı arkadaşların iş akdi feshine karar vermek zordu örneğin. Bir de nerede duracağımıza iyi karar vermeniz gerekiyor. Özellikle ekonomik nedenlerden dolayı çalışanların şirketlerden fazla beklentisi oluyor ve şirketler de bu beklentileri karşılamıyor. Karşılamadıkları için de ekiptekiler demotive oluyor. Bu durumu yönetmek ve anlatmak gerekiyor”. (Y6)

“En büyük zorluk, ekiptekilerin motivasyonunu belirli bir seviyede tutabilmek. Özellikle son dönemlerde pandemi ile birlikte belirsizliğin daha yoğun ve değişimin daha hızlı yaşandığı bir dönemde bu belirsizliği yönetmek ve insanların dayanıklılığını sağlamak diyebilirim. İşin nasıl yapılacağından ziyade onları motive etmek, harekete geçirmek, içindeki potansiyeli açığa çıkarma konusunda istek uyandırmak ve sorunlara kendi çözümlerini buldurmak önemli ve zor bir konu.”(Y3)

Yöneticilerin en az değindikleri (n=1) konular ise, “Sahada karşılaşılan zorlayıcı fiziksel şartlar”, “Astlarının kendi potansiyelini ortaya çıkarmada içlerindeki isteği uyandırmak ve sorunlara kendi çözümlerini buldurmak” ve “Ekibindeki astlar arasındaki anlaşmazlıkları çözmek” olmuştur.

4.3. Yöneticilikleri Sırasında Karşılaştıkları Zorluklarla Başa Çıkma Yöntemleri

Katılımcılara yöneltilen “Yöneticiliğiniz sırasında karşılaştığınız ve başa çıkabildiğiniz zorluk neydi?” sorusunun akabinde “Bu zorlukla nasıl başa çıktınız?” sorusuna karşılık yöneticiler tarafından paylaşılan yanıtlar Tablo 4’ de gösterilmiştir.

Tablo 4. Yöneticilerin, yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma yöntemlerine yönelik bulgular

<i>Kodlanmış Cevaplar</i>	<i>Frekans</i>
"Olmayacak" yerine "Nasıl oldurabilirim?" bakış açısını benimsemek (Y1)	1
Astlarına yaşadıkları zorlukların kendi yaşadıkları ile benzer olduğunu ve verecekleri doğru tepkilerin sonucu olumlu yönde değiştireceğini anlatmak (Y2, Y4, Y6)	3
Astlar ile açık ve şeffaf diyalog kurmak (Y3, Y5, Y6, Y7)	4
Kendi bakış açısını anlatmak ve onların bakış açılarını sormak (Y3)	1
Astlarla arasındaki duygusal bağı güçlendirmek (Y4)	1
Başarısızlığın nedenlerini astının davranışları ile örneklendirmek ve kendisine o şekilde aktarmak (Y5)	1

Tablo 4'ü incelediğimizde katılımcıların yarısından fazlası (n =4) karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma yöntemlerini “Astları ile açık ve şeffaf bir diyalog kurmak” olarak ifade etmiştir. Bir diğer en çok ifade edilen husus (n=3) ise “Astlarına yaşadıkları zorlukların kendi yaşadıkları ile benzer olduğunu ve verecekleri doğru tepkilerin sonucu olumlu yönde değiştireceğini anlatmak” şeklindedir.

Bu bulguları destekler nitelikte bazı katılımcı görüşleri aşağıda belirtilmiştir:

“Çalışanların ekip içerisinde anlaşmaları ve bir takım ruhu oluşturmamız gerekiyordu. Zor olan bir işti. Burada takım halinde toplantılar yaparak konuşmak önemliydi. İletişimin geri beslemeli, açık ve şeffaf olması gerekiyordu. Sık sık ve düzenli toplantılar yaptık. Hem ben astlarımla açık ve şeffaf bir diyalog kurdum hem de onların kendi aralarında da bu şekilde uygulamalarını sağladım. Herkes sıkıntılarını ortaya döktü ve birbirlerini anladılar. Başarılı bir şekilde bu zorluğun üstesinden geldik”. (Y7)

“Performansı nedeniyle bir çalışanın iş akdini sonlandırmak durumunda kaldığımda, somut örneklerle neden başarısız olduğunu ve bu sektörün kendisi için doğru bir sektör olmadığını açık ve şeffaf bir şekilde anlattığımda kendisi de bu meslek için uygun olmadığını kabul etti ve teşekkür ederek farklı bir sektöre yöneldi. Burada başarısızlığın nedenlerini kişinin davranışları ile örneklendirmenin önemli olduğunu düşünüyorum.”. (Y5)

“Pek çok yöneticinin aksine ben biraz insanlara yaklaşarak sorunları çözdüm. Benim de geçmişte bu sorunlarla karşılaştığımı ve bazen onlar gibi tepkiler verdiğimi anlattım. İnsanlar bu sorunları ya da bu yolcuğu sadece kendisi yaşıyor zannediyor. Hayır, senden önce yüzlerce kişi yaşadı ve senden sonra da yüzlerce kişi yaşayacak. Ben senden önce bunları yaşadım, nacizane tepkilerimden sonra buraya vardım. Ya da olumlu karşıladığımda şuraya vardım şeklinde onlara yaklaşınca faydalı olduğunu gördüm. Arkadaşlar böyle bir karar var ve buna uymamız gerekiyor dediğinizde sert duvarlara çarptığınızı defalarca gözlemledim”. (Y2)

“Doğrudan zorlukları anlatmak değil de zorluğu benzer deneyimler üzerinden paylaşmak ve anlatmak burada önemli. Astınızın yöneticinin de bir insan olduğunu, duyguları olduğunu, kırılabilir olduğunu görmesi ve bunu anlaması gerekiyor. Yöneticinin de başarılar kadar başarısızlıkları da ve hatta zorlandığı zamanları paylaşması ve bunları bir deneyim olarak anlatması aradaki mesafeyi daha kısaltıyor. Mesafeyi kısaltmaktan kastım laubalilik değil kesinlikle, duygusal bağı güçlendirmek diyebilirim”. (Y4)

4.4. Karşılaştıkları Zorluklarla Başa Çıkma Hikayelerini Anlatmalarının Akabinde Astlarından Aldıkları Tepkiler

Katılımcı yöneticilere yöneltilen, “Bu zorlukla nasıl başa çıktığınızı astlarınıza anlattınız mı? Nasıl tepkiler aldınız?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 5’te belirtilmiştir.

Tablo 5. Yöneticilerin, astlarına anlattıkları, karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma hikayeleri sonrasında astlarından aldıkları tepkilere yönelik bulgular

<i>Kodlanmış Cevaplar</i>	<i>Frekans</i>
Astlarının motivasyonunun artması (Y1, Y7)	2
Astların zorluklar karşısında yılmamayı seçmeleri (Y1,Y3)	2
Astların yöneticinin yaşadığı deneyimlere ve yöneticiye güvenlerinin artması (Y2, Y4, Y5, Y6)	4
Astlarının yöneticiye karşı duygusal bağlarının güçlenmesi(Y4)	1
Astların yöneticiden ilham almaları ve onun iyi özelliklerini kopyalamaları(Y3)	1

Katılımcıların tamamı karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma hikayelerini astları ile paylaştıklarını ve olumlu tepkiler aldıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların yarısından fazlası (n=4) “Astların yöneticinin yaşadığı deneyimlere ve yöneticiye güvenlerinin artması” şeklinde sonuçları gözlemlediklerini ifade etmiştir. En çok karşılaşılan diğer tepkiler (n=2) ise “Astların motivasyonunun artması” ve “Astların zorluklar karşısında yılmamayı seçmeleri” şeklinde olmuştur.

“Astlarının yöneticiye karşı duygusal bağlarının güçlenmesi” ve “Astların yöneticiden ilham almaları ve onun iyi özelliklerini kopyalamaları” katılımcıların ifade ettikleri diğer hususlardan (n=1) olmuştur.

Bu durum bazı katılımcıların ifadeleri ile açık bir biçimde görülmektedir.

“Ben herhangi bir sıkıntı konusunda astlarımla konuşmayı severim. Çünkü aldığım bir karar onları çok etkileyecek. Bu kararı onlara nasıl anlatacağım konusunda bile çaktırmadan fikir almışumdur. Belki sohbet ederek, belki de geçmişte yaşadıklarımı örnek vererek onların fikirlerini öğrenmiş, tepkilerini yoklamışumdur. Verdikleri tepkilere göre anlatım tekniğimi de değiştirdiğimi bilirim. İlk etapta bazı şeyleri kabullenmeleri zor oluyor. Sonrasında ne değişeceğini bilmedikleri için çok korkuyorlar. Benim öncesinde yaşadığım durumlar ve sonuçlarını onlara anlattığım zaman sanki bir sohbet havasında bunu yaptığımız zaman sonuçların ne olacağını görebiliyorlar ve güveniyorlar. Sonunda da kararları daha az sorguluyorlar.” (Y2)

“Ben şeffaf iletişime inanıyorum. Yaşadığım zorlukları astlarıma anlattım. Anlattığımda da ekip için çok daha iyi oldu. Beraber güçlü ve motive bir şekilde daha iyi yerlere geldik.

Zorluklar karşısında yılmadıklarını, ilham aldıklarını ve iyi özellikleri kopyaladıklarını gördüm.” (Y3)

4.5. Astlarına Anlattıkları ve Onlara İlham Olduğunu Düşündükleri Hikayenin Konusu

Katılımcılara yöneltilen “Yönetici olarak astlarına anlattığınız ve onlara ilham olduğunu düşündüğünüz bir hikaye var mı? Paylaşır mısınız?” sorusuna verilen cevaplar Tablo 6’ da gösterilmiştir.

Tablo 6. Yöneticilerin, astlarına anlattıkları, onlara ilham olduğunu düşündükleri hikayenin konusuna yönelik bulgular

<i>Kodlanmış Cevaplar</i>	<i>Frekans</i>
"Nasıl çözebiliriz?" bakış açısı ile üstesinden gelinen zorluklar (Y1)	1
Kendine inanan, hedefi için çalışan ve kariyerinde başarılı olan çalışan örnekleri (Y2,Y5)	2
Farklı alanlarda ve farklı yöneticilerle çalışma sonrası edinilen kazanımlar (Y3)	1
Hedefe kitlenilen ancak kendini bir yere götürmeyecek olan işlerde bırakmayı da bilmek (Y4)	1
Ekipteki diğer art niyetli çalışanların yaptığı haksızlıklar (Y6)	1
Şirketin en prestijli ödülllerinden birinin takım olarak alınması (Y7)	1

Tablo 6’yı incelediğimizde soruya verilen tek ortak cevap (n=2) “Kendine inanan, hedefi için çalışan ve başarılı olan çalışan örnekleri”ni içeren hikaye olmuştur. Bu hikayeleri diğer hikaye konuları (n=1) olan “Nasıl çözebiliriz?” bakış açısı ile üstesinden gelinen zorluklar”, “Farklı alanlarda ve farklı yöneticilerle çalışma sonrası edinilen kazanımlar”, “Hedefe kitlenilen ancak kendini bir yere götürmeyecek olan işlerde bırakmayı da bilmek”, “Ekipteki diğer art niyetli çalışanların yaptığı haksızlıklar” ve “Şirketin en prestijli ödülllerinden birinin takım olarak alınması” izlemiştir.

Diğer sorulara kıyasla yaşanan deneyimlerin farklı olması nedeniyle cevapların daha çok farklılaştığı görülmektedir. Özetle, katılımcıların çoğunluğu konusu kendine inanan, hedefi için çalışan ve başarılı olan çalışan örneklerini içeren hikayelerin astlarına ilham olacağını düşünmüştür.

4.6. Astlarına Anlattıkları ve Onlara İlham Olduğunu Düşündükleri Hikayeyi Anlatma Amaçları

Katılımcılara yöneltilen “Yönetici olarak astlarına anlattığınız ve onlara ilham olduğunu düşündüğünüz bir hikaye var mı? Paylaşır mısınız? sorusunun akabinde “Astlarınıza bu hikayeyi anlatırken ne amaçladınız?” sorusuna karşılık verilen yanıtlar Tablo 7’ de belirtilmiştir.

Tablo 7. Yöneticilerin, astlarına anlattıkları, onlara ilham olduğunu düşündükleri hikayeyi anlatma amaçlarına yönelik bulgular

<i>Kodlanmış Cevaplar</i>	<i>Frekans</i>
Ekip olarak başarılı sonuç elde etmek (Y1,Y6,Y7)	3
Astlarının demotive olmalarını engellemek (Y1,Y2,Y6,Y7)	4
Astların kendilerine olan inancını artırmak (Y2, Y5,Y6)	3
Ekipte takım ruhunu güçlendirmek (Y7)	1
Astların kariyerlerinde gelişmelerini sağlamak (Y1)	1
İşini doğru yapan insanların sonunda işini iyi yapmayanlardan ayrılacağını anlatmak (Y6)	1
Astlarının yöneticilerin iyi özelliklerinden ilham almalarını ve kendilerinin doğru versiyonlarını yaratmalarını sağlamak (Y3)	1
Pozitif bakış açısıyla zorlukların üstesinden gelinebileceğini anlatmak (Y1)	1
Bazen bırakmayı bilmenin ve olanı kabul etmenin daha iyi fırsatları beraberinde getirebileceğini anlatmak (Y4)	1
Şirketin sunmuş olduğu dinamik kariyer fırsatını kullanarak astların şirkete olan bağlılığını arttırmak ve bağlılığı artan astlarının işe olan katma değerini yükseltmek (Y5)	1

Tablo 7 incelendiğinde, araştırmaya katılan yöneticilerin yarısından fazlası (n=4) astlarına anlattıkları ve onlara ilham olduğunu düşündükleri hikayeleri “Astlarının demotive olmalarını engellemek” amacıyla anlattıklarını belirtmiştir. Bu cevabı izleyen diğer cevaplar (n=3) “Ekip olarak başarılı sonuç elde etmek” ve “Astların kendilerine olan inancını artırmak” olarak görülmektedir. Değinenilen diğer amaçlar ise (n=1), “Ekipte takım ruhunu güçlendirmek”, Astların kariyerlerinde gelişmelerini sağlamak”, “İşini doğru yapan insanların sonunda işini iyi yapmayanlardan ayrılacağını anlatmak”, “Astlarının yöneticilerin iyi özelliklerinden ilham almalarını ve kendilerinin doğru versiyonlarını yaratmalarını sağlamak”, “Pozitif bakış açısıyla zorlukların üstesinden gelinebileceğini anlatmak”, “Bazen bırakmayı bilmenin ve olanı kabul etmenin daha iyi fırsatları beraberinde getirebileceğini anlatmak” ve “Şirketin sunmuş olduğu dinamik kariyer fırsatını kullanarak astların şirkete olan bağlılığını arttırmak ve bağlılığı artan astlarının işe olan katma değerini yükseltmek” olarak sıralanmıştır.

Yöneticilerden bazıları bu konuya ilişkin şu ifadeleri kullanmıştır,

“Astlarım haksızlıklara uğradığını ve iş yapmayan başka insanların daha iyi yerlere geldiğinden şikayet ediyorlardı. Bunun sürdürülebilir olmadığından bahsettim. Amacım işlerini düzgün ve iyi yaparlarsa her zaman bir noktada işini yapmayanlardan ayrılacaklarını anlatmak ve demotive olmamalarını sağlamaktı”.(Y6)

“Hikayeyi anlatmadaki amacım, tüm sınırlı materyalleri etkin kullanarak ekip olarak en başarılı sonuca gitmektir. Ben isterim ki ekipteki astlarımın dünyaya ve zorluklara bakış açıları kendilerini demotive ederek değil de bir sonraki aşamaya gidecek şekilde kendilerini geliştirek

ve motive şekilde olsun. Hem dünyaya hem de insanlara faydalı olabilsinler. Başarının bu şekilde geleceğine inanıyorum". (Y1)

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın ilk bulgusu katılımcıların yönetici olmalarında etkilendikleri kişiler ve olaylara ilişkin algılarıdır. Buna göre, katılımcıların yönetici olmalarında etkilendikleri kişiler ve olaylar sorusuna cevaplarının ortak noktası ağırlıklı olarak kendi deneyim ve tecrübelerini aktaran ve bilgisini paylaşan, başarı ve kariyer hikayesi olan, adaletli, güvenilir ve şeffaf iletişim kuran rol model yöneticileri olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda alanyazınla uygun olarak araştırmaya katılan yöneticilerin, yönetici olmalarında etkilendikleri ve ilham aldıkları kendi yöneticileri tarafından etkilendiklerini göstermektedir.

Bir diğer bulgu, yöneticilerin, yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları ve başa çıkabildikleri zorluklara ilişkin ifadeleridir. Katılımcıların yöneticilikleri sırasında karşılaştıkları ve başa çıkabildikleri zorlukların ortak noktası ağırlıklı olarak astların profesyonel ve özel sebeplerden dolayı demotive olduğu durumları yönetmek olarak görülmektedir. Belirsizliği yönetmek, performansı nedeniyle çalışanın iş akdini sonlandırmak, şirket ile ekibindeki astları arasındaki ilişkiyi yönetmek ve dengeyi sağlamak ve şirket kararlarını astlarına doğru bir şekilde aktarmak da en fazla değinilen diğer hususlar olarak göze çarpmaktadır. Her organizasyonun başarısı, çalışanlarının çabaları, bağlılığı, katılımı ve dayanıklılığına bağlıdır. En etkili liderlerin hem insan hem de üretim için yüksek düzeyde endişelendikleri ve her ikisiyle ilgilendiklerini gösteren birçok araştırma mevcuttur (Koçel, 2007). Alanyazın ile uyumlu olarak araştırmaya katılan yöneticilerin liderlik davranışlarını benimseyerek, çoğunlukla çalışanların demotive olduğu durumları yönetmeye önem verdiklerini, onları motive etmeye uğraştıklarını ve şirket tarafından ihtiyaçları karşılanmadığı noktada yönetim ve astları arasında dengede durmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir. Önem verdikleri konuların ayrıca en çok zorlandıkları konular olduğu gözlemlenmiştir.

Yöneticiler zorluklarla başa çıkma yöntemlerini, astları ile açık ve şeffaf bir diyalog kurarak anlatmışlardır. Ek olarak yöneticiler, astlarına yaşadıkları zorlukların kendi yaşadıkları ile benzer olduğunu da belirtmişlerdir. "Olmayacak" yerine "Nasıl oldurabilirim?" bakış açısını benimsemek, kendi bakış açısını anlatmak ve onların bakış açılarını sormak, astlarla arasındaki duygusal bağı güçlendirmek ve başarısızlığın nedenlerini astının davranışları ile örneklemek ve kendisine o şekilde aktarmak değindikleri diğer ifadeler olmuştur. Liderin astları ile olan iletişim biçimi liderin etkinliğini belirleyen önemli faktörlerdendir (Owens'dan aktaran Koçel,

2007). Liderlik yaklaşımlarını birbirlerinden farklılaştıran noktalardan birisi, liderin iletişime gösterdiği önemin ve iletişimi kullanma biçiminin farklılaşmasıdır. Lider olmak için teşhis, adaptasyon ve iletişim yeteneğine (becerileri ya da yeterliliğine) sahip olmak gereklidir (Hersey vd., 1996). Benzer şekilde araştırmaya katılan yöneticiler en çok iletişim becerilerini kullanarak astları ile açık ve şeffaf bir diyalog kurmaya önem vermiş ve bunu zorlukları aşmada önemli bir yöntem olarak görmüşlerdir. Yöneticilerin, genel iletişim tekniklerine ek olarak amaçlı hikaye anlatımı aracını da kullanarak astlarına yaşadıkları benzer deneyimleri aktarmaya ve onların düşünce ve davranışlarını değiştirmeye çalıştıkları gözlemlenmiştir.

Yöneticilerin karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma hikayelerini anlatmalarının akabinde astlarından aldıkları tepkiler ağırlıklı olarak astların yöneticinin yaşadığı deneyimlere ve yöneticiye güvenlerinin artması, zorluklar karşısında yılmamayı seçmeleri ve motivasyonlarının artması şeklinde olmuştur diyebiliriz. Bazı örgütlerde değişime direnilir çünkü onu öneren liderlere güvenilmez ve bu güvensizlik, diğer direniş kaynaklarının etkisini büyütebilir (Yukl, 2012). Güçlü bir motive aracı olarak lidere güven örgütsel performansı desteklemektedir (Dirks, 2000). Ayrıca, belirsizlik zamanlarında, örneğin örgütsel değişim dönemlerinde, lidere duyulan güven, çalışanların korkularının ve güvensizliklerin hafifletilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, liderlere sıklıkla takipçilerinin çalışma ortamındaki değişimle etkili bir şekilde başa çıkmalarını sağlayan güvene dayalı ilişkiler inşa etmesi gerektiği önerilmektedir (Judge, LePine & Rich, 2006).

Diğer yandan, hikaye anlatımı liderlerin daha stratejik olmalarına ve zorlu değişim süreçlerinde bir örgüte rehberlik ederken çalışan bağlılığını korumalarına yardımcı olmaktadır (Boal & Scultz, 2007). Liderler ve takipçiler hiyerarşik seviyelerden kaynaklanan engellerin arkasına hapsolmek ve örgütteki güç farklılıkları yerine aynı örgütü paylaştıklarını hissederler. Bu tür liderlik genellikle iletişimsel ve insan odaklı liderlik ile bağlantılıdır (de Vries vd., 2010). Geçmiş araştırmalar ile benzer olarak, yöneticilerin karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma hikayelerini anlatmalarının akabinde astların yöneticilere ve onları deneyimlerine olan güvenlerinin arttığı anlaşılmıştır. Burada yöneticilerin hikaye anlatıcılığı tekniğini kullanarak yaşadıkları benzer zorluklardan bahsetmeleri çalışanların algıları, motivasyonları ve dayanıklılıkları üzerinde önemli rol oynamaktadır.

Katılımcıların çoğunluğu astlarına ilham olacağını düşündükleri hikayelerini anlatırken astlarının demotive olmalarını engellemeyi, astlarının kendilerine olan inançlarını arttırmayı ve ekip olarak başarılı bir sonuca gitmeyi amaçlamışlardır. Diğer amaçlar ise, astlarının gelişimlerine katkıda bulunmak, pozitif bakış açısıyla zorlukların üstünden gelinebileceğini

anlatmak, işe ve örgüte olan bağlılıklarını artırmaktır. Alanyazında belirtildiği üzere, hikâye anlatan yönetici liderler aynı zamanda insanların düşünme şekillerini değiştirebilmekte, ortak bir vizyon yaratabilmekte, çalışanlarına huzur ve umut verebilmektedir (Bolman & Deal, 2013).

Son yirmi yılda hikaye anlatımı liderlik teorisi ve uygulamasında güçlü bir konum kazanmasına rağmen, hikaye anlatıcılığı ve etkili liderlik ilişkisini inceleyen araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu durumda, örgütlerde kültürün oluşturulması, stratejilerin belirlenmesi ve çatışmaların yönetilmesinde ana rol oynayan yöneticilerin en etkili iletişim yöntemlerinden biri olan hikaye anlatıcılığını kullanmaları hem çalışanın motivasyonu ve bağlılığı hem de örgütün başarısı için önem arz etmektedir. Mevcut araştırmada yöneticilerin etkin liderlik davranışı sergilemeye çalıştıkları bunu yaparken de çoğunlukla amaçlı hikaye anlatımı tekniğini kullandıkları gözlemlenmiştir. Benzer araştırmaların farklı sektör ve alanları, yaş gruplarını ve cinsiyetleri kapsayacak bir çalışma grubunda da yapılarak daha fazla ve çeşitli bulgu sağlanması, araştırma konusu üzerine daha doğru ve güvenilir analizler yapmak için açısından önemli görülmektedir. Ek olarak, konu ile ilgili deneysel araştırmalar yapıp, liderin hikaye tekniği kullanması ve çalışan davranışı arasındaki nedensel ilişki de incelenmelidir.

Son olarak, araştırmada da gösterildiği gibi yöneticiler hikaye anlatma tekniği ile çalışanları etkilemektedir. Bu doğrultuda, üst yöneticilere hikayeleme tekniği ile ilgili eğitimler düzenlenmeli ve yöneticilerin bu tekniği kullanmaları örgüt politikaları ile teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

- Alterio, M., & McDrury, J. (2003). *Learning through storytelling in higher education: Using reflection and experience to improve learning*. Routledge.
- Auvinen, T., Aaltio, I., & Blomqvist, K. (2013). Constructing leadership by storytelling-the meaning of trust and narratives. *Leadership and Organization Development Journal*, 34(6), 496-514.
- Baldoni, J. (2003). Great communication secrets of great leaders. *New York: McGraw-Hill*
- Boal, K. B., & Scultz, P. L. (2007). Storytelling time and evolution: The role of strategic leadership in complex adaptive systems. *The Leadership Quarterly*, 18(4), 411-418.
- Boje, D. M. (1991). The storytelling organization: A study of story performance in an office-supply firm. *Administrative Science Quarterly*, 36(1), 106-126.
- Buchanan, D., & Dawson, P. M. (2007). Discourse and audience: organizational change as multi-story process. *Journal of Management Studies*, 44 (5), 669-686.
- Cogner, J.A., & Kanungo, R. N. (1987). "Toward a behavioral theory of charismatic leadership in organizational settings". *Academy of Management Review*, 12(4), 637-47.
- Denning, S. (2004). Telling tales. *Harvard Business Review*, 82(5), 122-129.
- Denning, S. (2005). *The leader's guide to storytelling*. San Francisco, USA: Jossey-Bass
- Denning, S. (2011). *The leader's guide to storytelling: Mastering the art and discipline of business narrative*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Dirks, K. T. (2000). Trust in leadership and team performance: Evidence from NCAA basketball. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 1004-1012
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2002). Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 611-628.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: Method, applications and issues. *Health Care for Women International*, 13, 313-321.
- Fisher, W. R. (1984). Narration as human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communication Monographs*, 51(1), 1-22.
- Gabriel, Y. (2000). *Storytelling in organizations: facts, fictions, and fantasies*. *Administrative Science Quarterly* 47(1), Oxford Univ. Press, 10.2307/3094897
- Gill, R. (2011). *Theory and practice of leadership*. London: Sage Publications.
- Guber, P. (2011). Telling purposeful stories: An organization's most under-utilized competency. *People ve Strategy*, 34(1), 4-5.
- Judge, T. A., LePine, J. A., & Rich, B. L. (2006). Loving yourself abundantly: Relationship of the narcissistic personality to self- and other perceptions of workplace deviance, leadership, and task and contextual performance. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 762-776
- Koçel, T. (2007). *İşletme yöneticiliği, yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış, klasik-modern-çağdaş ve güncel yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Basım. 11. Basım.
- Kouzes, J. & Posner, B. (2002). *The leadership challenge*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. (McCarthy, 2008)
- Lipman, D. (1999). *Improving your storytelling*. Atlanta: August House Publishers.
- Mládková, L. (2013). Leadership and storytelling. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 83-90.
- Mládková, L. (2010). Tacit knowledge sharing through storytelling. *In 6th International Scientific Conference Business and Management*, 884-890. 2010. ISSN 2029-4441.
- Rancière, J. (1991). *The ignorant schoolmaster: Five lessons in intellectual emancipation* (K. Ross, Trans.). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Randall, D., & Harms, A. (2012). Using stories for advantage: the art and process of narrative. *Strategy & Leadership*, 40 (1), 21-26.

Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Thousand Oaks, CA: Sage publications

Soleimani, H., & Akbari, M. (2013). The effect of storytelling on children's learning English vocabulary: A case in Iran. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(11), 4005-4014

Weick, K. E., & Browning, L. D. (1986). Argument and narration in organizational communication. *Journal of Management*, 12(2), 243–259

Yukl, G. (2012). Effective leadership behavior: What we know and what questions need more attention. *Academy of Management Perspectives*, 26(4), 66–85.



Tedarik Zincirlerinde Sürdürülebilir İmalatın Önündeki Engelleyici Faktörlerin Tam Tutarlılık Yöntemiyle (FUCOM) Değerlendirilmesi

Gülşah SEZEN AKAR^{1*}

Geliş Tarihi/Received Date: 20.09.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 24.10.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

ÖZET

Tedarik zincirlerinde sürdürülebilir imalat, doğal kaynaklara bağımlılık, karbon emisyonu yaratma ve atık üretme bakımından günümüz rekabet ortamında önem kazanmaktadır. İklim değişikliğinin, dünyanın birçok ülkesinde sel, kuraklık, orman yangınları gibi olumsuz etkileri tüketicilerin çevreye, insana, topluma duyarlı üretilmiş ürün kullanma hassasiyetini artırmaktadır. Bu çalışma, bir tarım makineleri imalat işletmesi için sürdürülebilir imalat uygulamasının önündeki engelleri belirlemeyi ve önceliklendirmeyi amaçlamaktadır. Bu engelleri ekonomik, çevresel, sosyal ve organizasyon dışı kategorilerde önceliklendirmek için FUCOM çok kriterli karar verme yönteminden faydalanılmıştır. Yapılan hesaplamalar sonucunda, yüksek yatırım maliyetleri, düşük yatırım getirisi ve finansal fon eksikliği en önemli kriterler olarak tespit edilmiştir. Engellerin farklı açılardan önceliklendirilmesinin, hükümet ve sektördeki karar/politika yapıcılarının bu engelleri etkili bir şekilde azaltmalarına yardımcı olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Makine İmalat Sektörü, Çok Kriterli Karar Verme, Tedarik Zinciri Yönetimi, FUCOM.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Orcid No: 0000-0002-8541-3327

Evaluation of Barriers on Sustainable Manufacturing in Supply Chains with the Full Consistency Method (FUCOM)

ABSTRACT

Sustainable manufacturing in supply chains gains importance in today's competitive environment in terms of dependence on natural resources, creating carbon emissions and generating waste. The negative effects of climate change such as floods, droughts and forest fires in many countries of the world increase the sensitivity of consumers to use products that are produced sensitive to environment, people and society. This study aims to identify and prioritize the barriers on sustainable manufacturing for an agricultural machinery manufacturing firm. FUCOM multi-criteria decision-making method was used to prioritize these barriers in economic, environmental, social and non-organizational categories. As a result of calculations; high capital costs, low investment returns and funds gap are detected as most important criteria. Prioritization of barriers from different perspectives is expected to help decision/policy makers in government and industry to mitigate these barriers effectively.

Keywords: Sustainability, Machine Manufacturing Sector, Multi Criteria Decision Making, Supply Chain Management, FUCOM.

1. GİRİŞ

Geçmişte tedarik zinciri yönetimi için klasik çerçeve, zincir boyunca tüketicilere veya son kullanıcılara, üretim öncesinden kullanım aşamalarına kadar malzeme akışlarını dikkate almaktı. Küreselleşme ve kaliteli ürünlere olan tüketici talebi endüstrileri ve üyesi oldukları tedarik zincirini, ürünlerin kalite seviyesini iyileştirmeye zorlamıştır. Bu kalite gereksinimlerini karşılamak için endüstriler yalnızca düşük maliyetlere odaklanmış, iklim değişikliğinin en önemli nedeni olan sera gazı emisyonu yaratmaktan ve yenilenemeyen kaynakların tüketiminden kaçınmamıştır (Malek & Desai, 2020). Bugün ise bu anlayış yerini makine kullanımına dayalı üretim verimliliğinden daha bütünsel bir üretim görüşüne ve sürdürülebilirlik için tasarım, ürün yaşam döngüsü yönetimi ve sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimine dayalı bir bakış açısına kaydırmaktadır (Chun & Bidanda, 2013).

Yalnızca tedarik zinciri performansını artırmaya odaklanmak bir organizasyonun başarılı olması ve rekabetçi kalması için yeni küresel iş ortamında yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda organizasyonun tedarik zinciri süreçlerini uygun, üretken ve sürdürülebilir bir şekilde düzenlemesi de zorunludur (Moshood vd., 2021). Tedarik zincirlerinde sürdürülebilirlik, malzeme, bilgi, sermaye akışlarının yönetimi ve tedarik zinciri boyunca şirketler arasındaki iş

birliğinin yanı sıra müşteri ve paydaşların gereksinimlerinden kaynaklanan sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere her üç boyutunun hedeflerini dikkate almaktır (Seuring & Müller, 2008). Tedarik zincirlerinde çevresel sürdürülebilirlik hedefleri olarak, operasyonlarda enerji tüketiminin azaltılması, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının artması, su kullanımının azaltılması, tehlike atık üretiminin azaltılması, imalattan kaynaklanan çevresel etkilerin azaltılması sayılabilir. Bunun yanı sıra, kâr maksimizasyonu, rekabet avantajı elde etme, itibar oluşturma gibi ekonomik performansın artırılması ve çalışan ve toplumun refahı ile sosyal sürdürülebilirliğin sağlanması da sürdürülebilirlik hedefleri arasında yer almaktadır (Moktadir vd., 2018).

Sürdürülebilir performansa ulaşabilmek için, ürünlerin tasarımı, üretimi, nakliyesi, geri dönüşümü ve yeniden üretimi dahil olmak üzere tüm operasyonlarda ekonomik, çevresel ve sosyal konuları iş süreçlerine entegre eden üçlü saç ayağı düşüncesi hakim olmalıdır. Genel iş geliştirme içinde, çevre, insanlar ve ekonomi üzerinde en olumsuz etkiye imalat endüstrisinin neden olması sebebiyle üretim süreçlerine çok daha fazla dikkat edilmesi gerekir (Wu vd., 2017). Öte yandan, tüketiciler, tedarik zincirinin sürdürülebilir olmayan davranışlarından, tedarik zinciri üyeleri arasında ayırım yapmaksınız, tedarik zinciri içerisindeki odak işletmeyi yani imalatçıyı sorumlu tutmaktadır (Hartmann & Moeller, 2014). Burada odak işletme ile kastedilen; i) tedarik zincirlerini yöneten, ii) müşteri ile doğrudan temas sağlayan, iii) sunulan ürün veya hizmeti tasarlayan şirketlerdir (Seuring & Müller, 2008).

Tedarik zincirleri, faaliyetlerinin doğası, hedef pazar, değer yargıları gibi birçok bakımdan birbirinden ayrılmaktadır. Dolayısıyla, tedarik zincirlerinin sürdürülebilir olmak için karşılaştıkları engeller de çeşitlilik göstermektedir (Silvestre, 2016). Farklı coğrafyalarda ve gelişmişlik düzeyindeki ülkelerde faaliyet gösteren tedarik zincirlerinde, sürdürülebilir imalatın önündeki engellerin kategorize edildiği ve sıralandığı çalışmalara rastlanılsa da Türkiye’de imalat endüstrisi bakımından sürdürülebilirliğin farklı boyutlarını göz önüne alarak bu engelleri ağırlıklandıran araştırma bulunmamaktadır. Sürdürülebilir imalat önündeki engellerin önceliklendirilmesine odaklanan bu çalışma, Türk İmalat endüstrisi için bir örnek teşkil etmesi ve eksiklerin keşfedilerek ortadan kaldırılmasına yardımcı olması bakımından önemlidir.

Bu çalışma, (i) Sürdürülebilir imalat önündeki engeller nelerdir ve nasıl kategorize edilir?

(ii) Tarımsal makine imalat sanayisinde faaliyet gösteren bir işletme için bu değerlendirmenin sonucu nedir ve engeller nasıl ortadan kaldırılabilir? sorularını cevaplamayı amaçlamaktadır.

Çalışmada bu sorulara yanıt aramak için, öncelikle sürdürülebilir imalat kavramı açıklanmış, literatürde var olan araştırmalar incelenerek farklı gelişmişlik düzeyine sahip

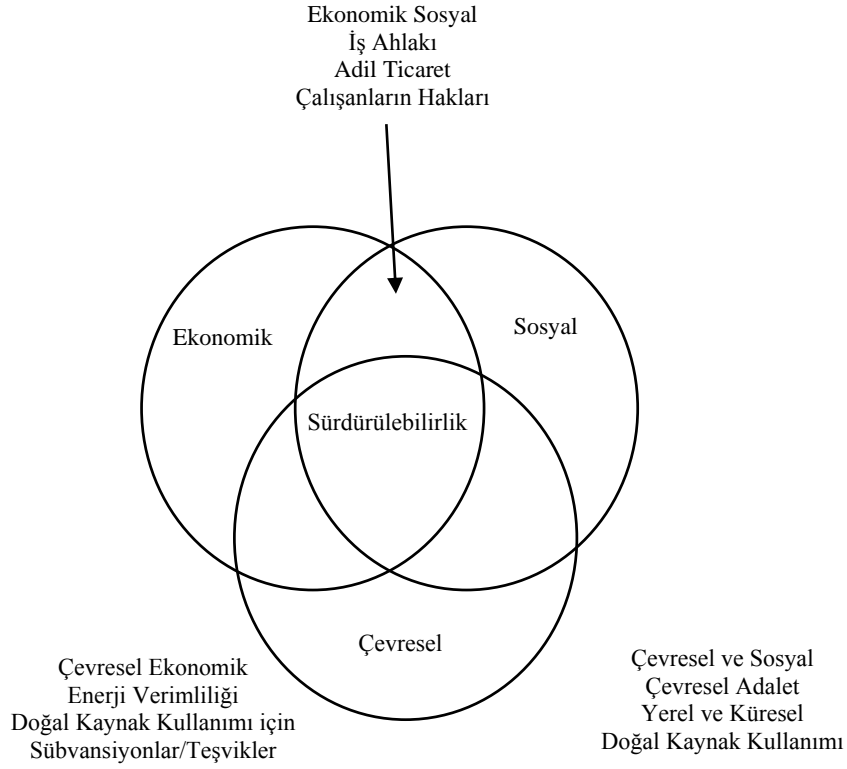
ülkelerde ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin karşılaştıkları engeller ortaya konulmuştur. Bu engeller bir tarımsal makine imalat işletmesi özelinde kategorize edilerek çok kriterli karar verme yöntemlerinden Tam Tutarlılık Yöntemiyle (Full Consistency Method-FUCOM) önceliklendirilmiştir. Son kısımda, elde edilen sonuçlar yorumlanmış ve öneriler geliştirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: SÜRDÜRÜLEBİLİR İMALAT

İmalatın, ekonomi ve toplum üzerindeki etkisi kuşkusuz yadsınamaz. Toplumun ve çalışanların yaşam standartlarının artmasını desteklemek için önemli bir yere sahip olmasının yanı sıra, dünya ekonomisine büyük ölçüde katkılar sunmaktadır. Öte yandan imalat, çevre üzerinde de özellikle hammadde ve enerji kullanımı ile büyük etkilere sahiptir. Avrupa’da imalat süreçlerindeki enerji tüketiminin büyük bir kısmı elektrik enerjisi ve petrol kullanımından kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra, sera gazı etkisi, tehlikeli ve katı atık üretimi, su kirliliği, ömrünü tamamlamış ürünlerin etkileri ile birlikte küresel ısınmada payı bulunmaktadır (Garetti & Taisch, 2012).

Sürdürülebilir imalatın, genel kabul görmüş bir tanımı olmamakla birlikte mevcut tanımlar ve yorumlar değiştirilerek sayısız tanım geliştirilmiştir (Moldavska & Welo, 2017). ABD Ticaret Bakanlığı sürdürülebilir imalatı “olumsuz çevresel etkileri en aza indiren, enerjiyi ve doğal kaynakları koruyan, çalışanlar, toplum ve tüketiciler için güvenli ve ekonomik açıdan sağlam süreçleri kullanarak imal edilmiş ürünlerin yaratılması” olarak tanımlamaktadır. Yaygın olarak kullanılan bu tanım, Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü ve Lowell Sürdürülebilir Üretim Merkezi tarafından verilen tanımlara benzer şekilde sürdürülebilirliğin birçok yönünü dikkate almaktadır (Paju vd., 2010).

İşletmelerin sürdürülebilir imalat yapması için birçok neden bulunmaktadır. Sürdürülebilir imalatın faydaları arasında kaynak verimliliği ve mevzuata uyumun iyileştirilmesi yoluyla maliyetlerin düşürülmesi, daha iyi marka itibarı, yeni pazarlara erişim, cazip işyerleri yaratarak daha az işgücü devri, finansman ve sermayeye erişim fırsatları yaratarak uzun vadeli iş yaklaşımı yer almaktadır (Mançado vd., 2019).



Şekil 1. Üç boyutlu sürdürülebilirlik performansı

Kaynak. Abualfaraa vd., 2020.

İşletmeler, ürünlerinin ve süreçlerinin sürdürülebilirliğini değerlendirmek için sürdürülebilirlik ölçütlerine ihtiyaç duymaktadır. Bir performans ölçütü serisi hem kısa hem de uzun vadede sürdürülebilirlik programlarının ve eylemlerinin başarılı bir şekilde uygulanması için kritik öneme sahiptir (Gunasekaran & Spalanzani, 2012). Joung ve diğerleri (2012) çalışmalarında sürdürülebilirliğin ölçülmesinde çeşitli kuruluşlarca ortaya konulan kamuya açık gösterge setlerini derlemiştir. Bunlardan bazıları, i) Küresel Raporlama İnisiyatifi (GRI) tarafından geliştirilen sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal ve çevresel üç boyutu kapsamında belirlenen 70 gösterge, ii) Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi ile Dow Jones Küresel Borsa Endeksindeki şirketlerin ilk %10'unun finansal ve sürdürülebilirlik performansını değerlendiren ekonomik, çevresel ve sosyal 12 gösterge, iii) Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD) sanayileşmiş ülkelerde endüstriyel faaliyetlerin çevre üzerindeki etkisini ölçmede kullandığı Temel Çevresel Göstergeleri (CEI) adlı 46 gösterge, iv) Birleşmiş Milletler (BM) Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonunun insan faaliyetlerinin çevre bozulması üzerindeki etkisini ölçmede kullandığı 96 gösterge, v) Avrupa Birliği için Çevresel Baskı Göstergeleri (EPrI) ile çevre üzerinde olumsuz etkisi olan en önemli 10 politika alanında insan faaliyetlerinin çevre üzerindeki baskısını ölçmede kullanılan 60 gösterge, vi) Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO), Çevre Performans Değerlendirme (EPE) standardı (ISO 14031) göstergeleri imalatla ilgili operasyonel performans, yönetim performansı ve çevresel koşul olmak üzere üç kategoriden

oluşan göstergelerdir. Ülkemizde de işletmelerin özellikle kurumsal sürdürülebilirlik performanslarının değerlendirilmesine yönelik 2014 yılından bu yana Borsa İstanbul (BİST) Sürdürülebilirlik endeksi yayınlanmaktadır. BİST Sürdürülebilirlik Endeksi, yalnızca Borsa İstanbul'da işlem gören seçili işletmelerin sürdürülebilirlik performanslarına ilişkin bilgi sunmaktadır (BİST, 2022).

Sürdürülebilir imalat için performans ölçüm yaklaşımlarının çoğu, büyük imalat şirketlerinde tasarlanan ve test edilen ölçüm seti, yöntem ve modele dayanmaktadır. Pek çok endeks ve ölçüm seti, model ve yöntem geliştirilmiş olmasına rağmen, özellikle gelişmekte olan ekonomilerde faaliyet gösteren imalatçı KOBİ'lerin sürdürülebilirlik performans değerlendirmesi için odaklanmış bir ölçüm seti ve yöntem bulunmamaktadır (Singh vd., 2016).

Sürdürülebilir imalatın başarılı şekilde uygulanabilmesi birçok faktöre bağlıdır. İmalat süreçlerini değerlendirebilmek için nicel ve nitel bilgilere (örneğin bir prosesin kullandığı metal miktarı ve türü, kirleticilerin türü emisyonu gibi) ihtiyaç vardır. Bu bilgiler çoğu zaman hazır olmayabilir ve erişim zordur. Sürdürülebilirlik konularının bütünsel olarak yönetim tarafından ele alınması tutarsız bir uygulamanın ve sürdürülebilirlik odaklı bir kültürün gelişmesine engel olabilir, bunun yerine uzmanlaşmış departmanlarda çalışılmalıdır. Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için karar verme ve eylemlerde daha az prosedür ile sürdürülebilirlik konularını etkin şekilde ele almak gerekmektedir (Rosen & Kishawy, 2012).

3. LİTERATÜR TARAMASI: SÜRDÜRÜLEBİLİR İMALATIN ÖNÜNDEKİ ENGELLEYİCİ UNSURLARININ BELİRLENMESİ

Tedarik zincirlerinde sürdürülebilir imalat, sağladığı faydalar bakımından birçok işletme için tercih edilebilecek bir yaklaşım olmasına rağmen uygulamada karşılaşılan engeller nedeniyle gereken ilgiyi görememektedir. Alan yazında bu engeller birçok ülkeden araştırmacı tarafından farklı yöntemler ile değerlendirilmiştir.

Malek ve Desai (2019), sürdürülebilir imalat önündeki engellerin ağırlıklandırılmasına ilişkin çalışmalarında, Hindistan'da bulunan bir imalat işletmesi için belirledikleri 39 kriteri Best-Worst yöntemini kullanarak değerlendirmiştir. Üst yönetimin destek eksikliği, sürdürülebilir anlayışa karşı negatif tutum gibi organizasyonel; yüksek katı atık bertaraf maliyeti ve sürdürülebilir projelerin fon eksikliği gibi ekonomik kriterlerin sürdürülebilir imalat önündeki temel engeller olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alsanad (2018), Kuveyt'te sürdürülebilir çimento imalatına ilişkin yaptığı çalışmada paydaşların görüşleri doğrultusunda engelleri sosyal, ekonomik ve teknik olmak üzere üç grupta incelemiş, hayati öneme sahip engelleri ise çevre bilinci eksikliği, sürdürülebilirliği teşvik etmek için strateji eksikliği, yetersiz destek düzenlemeleri olarak belirtmiştir.

Malezya’da Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerle, Ghazilla ve diğerleri (2015) tarafından yapılan çalışmada ise engeller, organizasyon yapısının yetersizliği, Ar-Ge, tasarım ve testte sürdürülebilirliğin desteklenmemesi olarak açıklanmıştır. Bu durum Malezya’daki KOBİ’lerin aile işletmeleri olmaları, öncelikli olarak günlük iş operasyonlarına odaklanmaları ve yalnızca kritik durumlara yanıt verme eğilimi göstermeleri ile açıklanmaktadır.

Güney Afrika’da imalat sektöründe yapılan bir çalışmada ise yüksek maliyetler ve yetersiz fonlama gibi ekonomik kriterler sürdürülebilir imalattaki engellerin başında gelmektedir (Mutingi vd., 2017).

Yavuz (2018), Türkiye’de sürdürülebilirlik raporu hazırlayan işletmelerle yaptığı anket çalışması sonucunda sürdürülebilir imalatı engelleyen en önemli faktörleri farkındalığın ve bilinirliğin azlığı ile devlet desteği ve teşviklerin yetersizliği olarak saptamıştır.

Bhanot ve diğerleri (2015), çalışmalarında farklı coğrafi bölgelerden (Hindistan, ABD, Almanya, İtalya vb.) 106 araştırmacı ve 99 sektör profesyonelinden oluşan örneklem grubuyla sürdürülebilir imalatı teşvik edici ve sınırlayıcı faktörleri ortaya koymaktadır. Sanayici ve araştırmacılardan oluşan iki farklı örneklem grubuyla yapılan çalışmada gruplar arasındaki farklılıklar da incelenmiştir. Anket sonucunda sürdürülebilirlik anlayışına farkındalık eksikliği ve sürdürülebilir imalat için yüksek yatırım maliyetleri iki grup için de en önemli engelleyici faktörler olarak tespit edilmiştir.

Bhanot ve diğerleri, 2017’de yaptıkları çalışmada iki fazlı anket ve detaylı analiz için dört tekniğin kullanıldığı entegre yaklaşım ile sürdürülebilir imalatta teşvik edici ve engelleyici faktörleri değerlendirmiştir. Sanayicilerin, sürdürülebilir imalat konusunda farkındalık eksikliğini önemli bir engel olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazarlar bu farkındalığın artırılmasına yönelik sürdürülebilir imalatın yararları ve teknikleri ile ilgili uygun bir çerçeve çizilmesinin, olumsuz tutumları önemli ölçüde azaltacağını ve üst yönetimden destek sağlanmasına yardımcı olacağını belirtmektedir. Öte yandan sürdürülebilir teknolojilerin uygulanmasındaki yüksek maliyetlerde sürdürülebilir imalatın önündeki kritik engel olarak tespit edilmiştir. Bu engelin ortadan kaldırılmasında hükümet müdahalesi ile düşük kredi imkânlarının sunulması ve araştırmacılar tarafından ucuz sürdürülebilir teknolojilerin geliştirilmesi önerilmektedir.

Mittal ve diğerleri (2013) çalışmalarında çevreye duyarlı üretim önündeki engelleri değerlendirirken Hindistan ve Almanya arasında karşılaştırma yapmıştır. Hindistan ve Almanya’daki imalat işletmelerine yapılan anketlerin analizi sonucunda en önemli engeller iki ülkede de benzer şekilde yüksek kısa vadeli yatırım maliyetleri ve belirsiz kazançlar olarak elde edilmiştir. Aynı çalışmada, Almanya’da var olan sıkı yasal düzenlemelerin, Hindistan’da

olmamasının çevreye duyarlı imalatın yapılmasında işletmelerin isteğine bağlı bir uygulamaya yol açtığına değinilmektedir.

Mathiyazhagan ve diğerleri (2013) tarafından sürdürülebilir imalatın, bütüncül bir şekilde tedarik zinciri üzerinden incelendiği çalışma, otomobil parçaları imalat sektöründe uygulanmış ve yorumlayıcı yapısal modelleme yöntemi ile analiz edilmiştir. Sürdürülebilirlik önündeki 26 farklı engelin tanımlandığı çalışmada, analiz sonucunda tedarikçilerin çevre bilinç eksikliği dominant engel olarak tespit edilmiştir. Dominant engelin ortadan kaldırılmasıyla birlikte tedarik zincirlerinde sürdürülebilir anlayışın daha fazla benimsenmesi beklenilmektedir.

Mittal ve Snagwan (2014), yeşil imalatın önündeki engelleri bulanık TOPSİS yöntemiyle önceliklendirmiştir. Çalışmada en önemli 3 engel bilgi ve ilgi eksikliği, teknolojik riskler ve yetersiz yasal düzenlemeler olarak tespit edilmiştir.

Jamwal ve diğerleri (2020), ilaç endüstrisinde sürdürülebilir imalat önündeki engelleri akademisyen ve sektör profesyonellerine yapılan anketler yoluyla bulanık yorumlayıcı yapısal modelleme tekniği (Fuzzy ISM) kullanarak değerlendirmiştir. İlaç endüstrisinin sürdürülebilirliğinin büyük ölçüde endüstrinin sürdürülebilirlik projelerine yönelik olumsuz tutumlarından ve yeşil ürünlerde yerel müşteri bilincinin yetersizliğinden etkilendiği tespit edilmiştir. Endüstrinin, dünyadaki sürdürülebilirlik yaklaşımları hakkında verilecek uygun bir eğitim ve bilgi birikimi ile ortadan kaldırılabilir bu iki soruna odaklanması önerilmektedir.

Tanco ve diğerleri (2021), Latin Amerika ülkelerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin sürdürülebilir imalat yapmasının önündeki engelleri belirlemeye yönelik bir literatür taraması ve anket çalışması gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonucunda başlıca engeller yüksek yatırım maliyetlerine karşın düşük getiri ve finansal kaynak eksikliği olarak tespit edilmiştir.

Koho ve diğerleri (2011) çalışmalarında Amerikan Yönetim Derneği'nin 2007 yılında uyguladığı sürdürülebilir imalatta engeller ölçeğini, İspanyol işletmelere uygulamıştır. Çalışmanın sonucunda en önemli engeller, standartlaştırılmış ölçü birimi veya performans ölçütlerinin olmaması ve tüketicilerin/müşterilerin sürdürülebilir ürünlere olan talep eksikliği olarak tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, daha önce Amerika'da yapılan çalışmanın sonuçları ile karşılaştırıldığında benzerlik göstermektedir.

Gupta ve diğerleri (2020), çalışmalarında engelleri inovasyon perspektifinde değerlendirmiştir. Farklı imalat sektörlerinden profesyonellere yaptıkları anketleri çok kriterli karar verme teknikleri ile analiz ederek sıralamıştır. Çalışmanın sonucunda sürdürülebilir teknolojileri uygulamak için teknik uzmanlık ve eğitim eksikliği engeller arasında ilk sırada yer almıştır. Bir diğer önemli engel, benzer şekilde sürdürülebilir imalatta inovatif faaliyetleri yerine getirmek için çok sınırlı işgücüne ve olanaklara sahip olmaları olarak tespit edilmiştir.

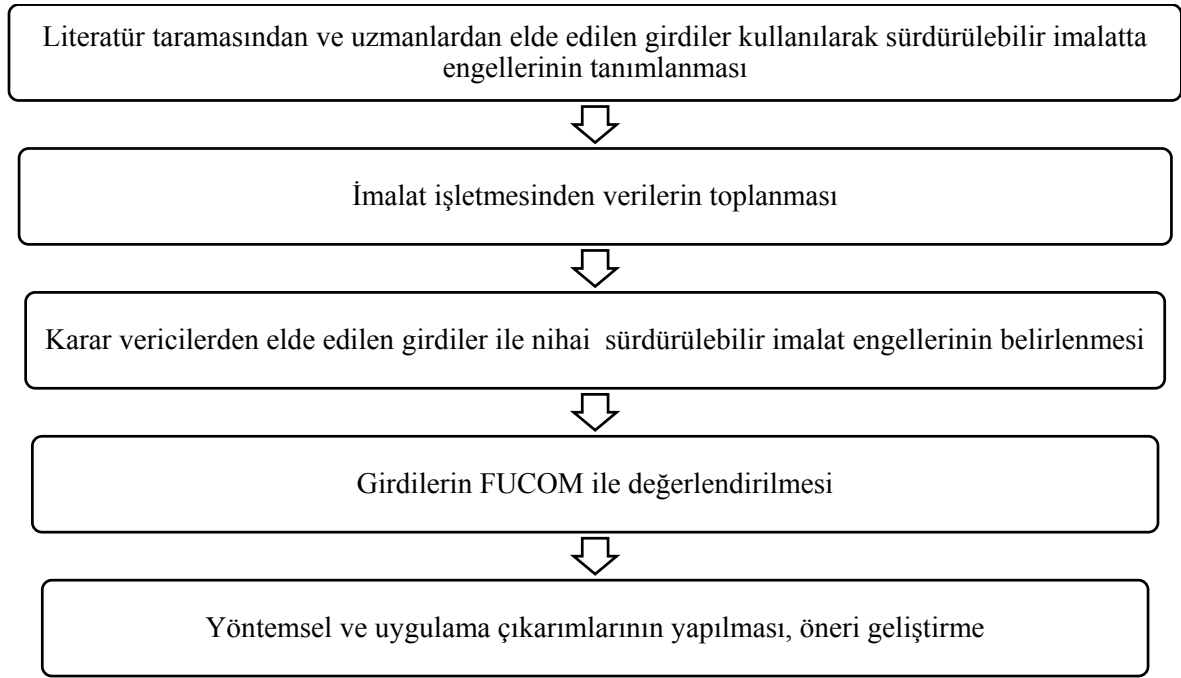
Deepak ve diğeri (2014) çalışmalarında sürdürülebilirliğin önündeki engelleri 57 farklı ülkedeki karar vericilere gönderdiği anketler yoluyla ve AHP yöntemiyle ağırlıklandırmıştır. Tedarikçilerin çevresel uygulamalarını ölçme ve izlemede karmaşıklık, yeni teknolojilerin eksikliği, etkili ölçüm tekniklerinin eksikliği sürdürülebilirlik önünde en önemli engeller olarak sıralanmıştır.

Bunların dışında, sürdürülebilir imalat önündeki engeller üzerine akademik çalışmalardan derlenen çalışmalar da bulunmaktadır. Alayon ve diğeri (2022) çalışmasında KOBİ'ler tarafından sürdürülebilir imalatın benimsenmesinin önündeki engelleri, alan yazında var olan çalışmaları gruplandırdıktan sonra işletme dışından teknik bilgiye erişim eksikliği olarak saptamıştır. Hariyani ve diğeri (2022), detaylı bir literatür taraması ile ulaştığı sürdürülebilir imalat önündeki engellere ilişkin 118 çalışmadan 31 farklı engeli tespit etmiştir. Çalışma, işletmeler ve politika yapıcılara bu engellerin ortadan kaldırılabilmesi için stratejik bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiğini önermektedir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, tedarik zincirlerinde sürdürülebilir imalat önündeki engellerin önem derecelerinin sektör ve gelişmişlik düzeyi bakımından farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Gelişmiş ülkelerde sürdürülebilir imalat için fona ulaşılabilirliğin yüksek olması, ileri teknoloji ve devlet destekleyici düzenlemelerin varlığı, gelişmekte olan ülkeler ile karşılaştırıldıklarında engellerin farklılığını açıklamaktadır (Malek & Desai, 2020). Ayrıca, alanyazın incelemesi Türkiye'de sürdürülebilir imalat üzerine çalışmaların kısıtlı olduğunu ortaya çıkarmakta ve bu çalışmanın önemini artırmaktadır.

4. METODOLOJİ

Bu çalışmada, sürdürülebilir imalatın önündeki engellerin değerlendirilmesinde çok kriterli karar verme tekniklerinden biri olan Tam Tutarlılık Yöntemi (FUCOM) kullanılmıştır. Uzman karar vericilerden elde edilen birincil veriler analiz edilmiştir. Uygulama yapılacak işletmenin Aydın ilinden seçilmesinin iki önemli sebebi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Aydın'ın sürdürülebilir imalat göstergelerinden biri olan enerjinin yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilmesi noktasında, ilde bulunan jeotermal enerji santrallerinin sayısı, güneş ve rüzgâr tribünlerinden elektrik üretiminin elverişliliği bakımından oldukça fazla olmasıdır. Diğer sebep ise, özellikle tarım makineleri imalat sanayisinde hem Türkiye'nin hem de ihracat ile dünyadaki birçok ülkenin bu alandaki ihtiyacının karşılandığı sektörün ilde faaliyet göstermesidir.



Şekil 2. Çalışma iş akış diyagramı

Çalışmanın metodolojisine ilişkin iş akış diyagramı Şekil 2’de verilmiştir. Öncelikle, literatür taramasından ve uzmanlarla yapılan görüşmelerden elde edilen sürdürülebilir imalata ilişkin engeller belirlenmiştir. Aydın’da bulunan ve tarım makineleri sanayiinde faaliyet gösteren firmanın profesyonel ekibinden oluşan karar vericiler ile görüşmeler yapılmıştır. Karar vericilerin de önerileri dikkate alınarak sürdürülebilir imalatın önündeki engellere ilişkin nihai değerlendirme kriterleri ortaya çıkarılmıştır. Bu kriterler Tam Tutarlılık Yöntemiyle (FUCOM) değerlendirilmiş ve sıralanmıştır. Son olarak, yöntemsel ve uygulamaya yönelik çıkarımlar yapılarak işletmeye öneriler sunulmuştur.

Sürdürülebilir üretimin önündeki engellere ilişkin kriterlerin belirlenmesinde Bölüm 3’de verilen çalışmalardan faydalanılmıştır. Sonuçları ile birlikte verilen ilgili çalışmalar ve uzman görüşleri de değerlendirilerek Tablo 1’de verilen sürdürülebilir imalatın önündeki engellere ilişkin ana ve alt kriterler listesi belirlenmiştir.

Tablo 1. Sürdürülebilir imalatı engelleyen kriterler

Kriter Kodu	Ana Kriter	Alt Kriter	Açıklama
E1	EKONOMİK KRİTERLER	Yüksek yatırım maliyetleri	Sürdürülebilir teknoloji uygulaması için yüksek yatırım ve uygulama maliyetlerinin gerekmektedir.
E2		Düşük getiri	Sürdürülebilir üretim yatırımları uzun süren daha az yatırım getirisi sunmaktadır.
E3		Yüksek bertaraf maliyetleri	Atık bertarafında yüksek maliyetler bulunmaktadır.
E4		Yetersiz Finansal Destek	Sürdürülebilir ve yeşil projeler için finansal fon eksikliği bulunmaktadır. Devlet desteği yoktur.
E5		Yetersiz işletme kaynağı	İşletme kaynakları (Teknoloji, malzeme vs.) sürdürülebilir üretim yapmamız için yetersizdir.

CS1	ÇEVRESEL VE SOSYAL KRİTERLER	Yetersiz Yönetim Desteği	Üst yönetim ve uzman yöneticilerin sürdürülebilir üretim konusunda desteği bulunmamaktadır.
CS2		Farkındalık Eksikliği	Sürdürülebilirlik kavramlarına ilişkin çalışanlarda farkındalık eksikliği bulunmaktadır.
CS3		Yetersiz Planlama	Sürdürülebilir üretim uygulamaları için işletmemizin bir yol haritası bulunmamaktadır.
CS4		Başarısızlık Korkusu	İşletmemizde sürdürülebilir üretimde başarısız olma korkusu bulunmaktadır.
CS5		Bilgi eksikliği	İşletmemizin sürdürülebilir üretime karşı bilgi ve vizyon eksikliği bulunmaktadır.
OD1	ORGANİZASYON DIŞI KRİTERLER	Müşteri talebinin yetersizliği	Sürdürülebilir ürünler için müşterimizin talebi bulunmamaktadır.
OD2		Tedarikçi ilgisizliği	Sürdürülebilir hammadde tedarikinde tedarikçi tarafın negatif tutumu/ilgisizliği bulunmaktadır.
OD3		Standart Ölçümün Bulunmaması	Sürdürülebilirlik için standart bir ölçüm ya da yöntem bulunmamaktadır.
OD4		Yetersiz Mevzuat	Etkisiz ve/veya karmaşık mevzuatlar ile çevre yasalarının yokluğu sürdürülebilir üretimi önlemektedir.
OD5		Yenilenebilir Enerji Kaynağının Doğrudan Kullanılmaması	Aydın Yenilenebilir enerji kaynakları bakımından zengin olmasına rağmen ilde bulunan santrallerde üretilen elektriğin doğrudan imalatta kullanımı mümkün değildir.
OD6		Toplumun ilgisizliği	Toplumun sürdürülebilir üretim yapmamıza ilişkin talebi bulunmamaktadır.

4.1. Tam Tutarlılık Yönteminin (FUCOM) Genel Çerçevesi

Birçok farklı alanda çalışan araştırmacılar tarafından çok kriterli karar verme yöntemlerinin uygulamalarına olan ilgi önemli şekilde artış göstermektedir. Son yıllarda yeni yöntemler ortaya çıkmakta ya da eski yöntemlerden bazıları güncellenmektedir. Bu çalışmada Pamucar vd. (2018) geliştirilen Tam Tutarlılık Yöntemi (Full Consistency Method- FUCOM) kullanılmıştır. FUCOM'un tutarlılık ile kriterlerin gerekli sayıda karşılaştırması arasındaki ilişki dikkate alındığında birçok farklı yöntemden (BWM ve AHP) daha iyi sonuçlar verdiği bildirilmiştir. Yöntem, az sayıda karşılaştırma ($n-1$) ve kriterlerin optimal değerlerini hesaplarken tanımlanan kısıtlamalar ile karşılaştırmada hata olasılığını mümkün ölçüde azaltmaktadır. Ayrıca, ağırlık vektörleri için sapma değerini hesaplayarak modeli doğrulama yeteneği sunmaktadır (Pamucar vd., 2018).

Yöntem, sağlık, lojistik, finans, enerji, insan kaynakları gibi değişik çalışma alanlarında ve farklı yöntemlerin entegre edilmesiyle birçok problemin çözümünde kullanılmıştır. Bu çalışmalara ilişkin bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. FUCOM ile Yapılan Çalışmalar

Yazar/lar	Yöntem	Uygulama Alanı
Fazlollahtabar vd., 2019	FUCOM	Forklift seçimi
Durmic, 2019	FUCOM	Sürdürülebilir tedarikçi seçimi
Ecer, 2020	FUCOM	Kuruluş yer seçimi
Böyükaslan ve Ecer, 2021	FUCOM- F'B	Kripto para yatırımlarında belirleyicilerin ağırlıklandırılması
Vukasovic vd., 2021	FUCOM F- EDAS F	Etkili stok yönetimi için envanter gruplandırma
Hoan ve Ha, 2021	ARAS- FUCOM	Savaş uçağı değerlendirme ve seçimi
Pamucar vd., 2021	FUCOM F –SVNF MARCOS	Alternatif yakıtlı araç seçimi
Ayçin ve Aşan, 2021	FUCOM	İş zekâsı uygulamaları seçimi
Abdullah vd., 2022	FUCOM-MARCOS	Sağlık kuruluşlarının değerlendirilmesi
Khan vd., 2022	FUCOM	Soğuk tedarik zinciri risklerinin sıralanması

FUCOM ile kriterlerin ağırlıklandırılması aşağıdaki adımlar izlenerek gerçekleştirilir (Pamucar vd, 2018):

1. *Adım* Önceden tanımlanmış kriter setlerinden kriterler $C = \{C_1, C_2, \dots, C_n\}$ sıralanır. Sıralama, en yüksek ağırlık katsayısına sahip olması beklenenden en az önemli kritere göre yapılır. k gözlenen kriter sırasını göstermek üzere, ağırlık katsayılarının beklenen değerlerine göre sıralanan kriterler 1'deki gibi elde edilir.

$$C_{j(1)} > C_{j(2)} > \dots > C_{j(k)} \quad (1)$$

Aynı öneme sahip birden fazla kriter söz konusu ise, eşitlik 1'de ">" yerine eşittir (=) işareti konulur.

2. *Adım* Sıralanan kriterlerin karşılaştırması yapılır ve değerlendirme kriterlerinin karşılaştırmalı önceliği $\varphi_{k/k+1}, k = 1, 2, \dots, n$ belirlenir. Değerlendirme kriterlerinin karşılaştırmalı önceliği $(\varphi_{k/k+1}), C_{j(k)}$ kriterinin sıralamasının $C_{j(k+1)}$ kriterinin sıralamasının karşısındaki avantajıdır.

$$\phi = (\varphi_{\frac{1}{2}}, \varphi_{\frac{2}{3}}, \dots, \varphi_{k/(k+1)}) \quad (2)$$

FUCOM Modeli, kriterlerin ikili karşılaştırması için, önceden tanımlanmış ölçek değerleri, ondalık değerler ya da tamsayı değerler kullanılmasına olanak sağlar

3. *Adım* Değerlendirme kriterlerinin $(w_1, w_2, w_3, \dots, w_n)^T$ ağırlık katsayılarının nihai değerleri hesaplanır. Ağırlık katsayılarının nihai değerleri iki koşulu sağlaması beklenir. Bunlar;

(i) ağırlık katsayılarının oranı, 2. Adım'da tanımlanan gözlemlenen kriterler $(\varphi_{k/k+1})$ arasındaki karşılaştırmalı önceliğe eşit olmalı; yani, 3'teki koşulu karşılamalıdır.

$$\frac{w_k}{w_{k+1}} = \varphi_{k/(k+1)} \quad (3)$$

ii) ağırlık katsayılarının nihai değerleri, 4'teki matematiksel geçişlilik koşulunu karşılamalıdır.

$$\frac{w_k}{w_{k+2}} = \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \quad (4)$$

Tam tutarlılık, 3. Adımdaki koşulların sağlanması durumunda gerçekleşir ve minimum tam tutarlılıktan sapma (TTS) değeri ($\chi = 0$) elde edilir.

Tanımlanan seriye bağlı olarak, değerlendirme kriterlerinin ağırlık katsayılarının nihai değerlerinin belirlenmesi için doğrusal programlama modeli tanımlanabilir.

(5)

$$\begin{aligned} & \min \chi \\ & \text{s. t.} \\ & \left| \frac{w_j(k)}{w_j(k+1)} - \varphi_{k/(k+1)} \right| \leq \chi, \forall j \\ & \left| \frac{w_j(k)}{w_j(k+2)} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| \leq \chi, \forall j \\ & \sum_{j=1}^n w_j = 1, \forall j \\ & w_j \geq 0, \forall j \end{aligned}$$

Model (5) ile değerlendirme kriterlerinin $(w_1, w_2, w_3, \dots, w_n)^T$ değerleri ve Tam Tutarlılıktan Sapma (TTS) derecesinin (χ) nihai değerleri üretilir.

4.2. Tarım Makineleri İmalat Sektöründe Bir Uygulama

Aydın'da bulunan tarım makineleri imalat sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın yetkilileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen birincil veriler bu bölümde değerlendirilmiştir. Firma, yurtiçi ve yurtdışı pazarda önemli bir yere sahip olmakla birlikte yaptığı makinelerin bazılarının sürdürülebilirliğe katkı sağlaması bakımından önem arz etmektedir. Organik atığın kaynağında dönüştürülmesini sağlayan kompost makineleri buna örnek olarak verilebilir.

Çalışmada sürdürülebilir imalatın önündeki engeller ekonomik, çevresel ve sosyal, organizasyon dışı olmak üzere üç kategoride ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Kategoriler önce ana kriterler sonra alt kriterler bakımından incelenmiştir. Sonra her bir alt kriterin ağırlığı hesaplanmıştır.

Karar vericilere ilişkin bir takım demografik özellikler ile sürdürülebilir üretime ilişkin görüşleri Tablo 3’de verilmiştir. Karar verici grubu imalatın başındaki uzman üretim ekibinden oluşmaktadır.

Tablo 3. Karar vericilere ilişkin bilgiler

Karar Verici Kodu	Karar Vericilerin Şirketteki Görevi	Şirketteki Çalışma Yılı	Karar Vericilerin Faaliyetlerin Sürdürülebilir Olduğuna İlişkin Görüşleri	
			Mevcut Değerlendirmesi	Sürdürülebilir İsteklilik
KV1	Teknik Müdür	16 Yıl	Sürdürülebilir	Evet
KV2	Üretim Sorumlusu	8 Yıl	Kısmen Sürdürülebilir	Evet
KV3	Proje Sorumlusu	7 Yıl	Sürdürülebilir	Evet
KV4	Ürün Geliştirme (ÜR-GE) Mühendisi	6 Yıl	Sürdürülebilir Değil	Hayır

4.2.1. Ana Kriterlerin Değerlendirilmesi

Karar vericilerin öncelikle ana kriterler olan ekonomik (Eko), çevresel ve sosyal (Çev&Sos), organizasyon dışı (Org.Dış) kriterlerini kendi aralarında değerlendirmesi istenmiştir. Tam tutarlılık yönteminin ilk basamağı olan kriterlerin sıralanması karar vericiler tarafından yapılmıştır. Üretimden sorumlu ve deneyimli tüm karar vericiler ekonomik faktörleri öncelikli olarak Tablo 4’deki gibi sıralamış ve değerlendirmiştir.

Tablo 4. Ana kriterlerin sıralaması ve değerlendirmeler

Karar Verici	Sıralama	Değerlendirme
KV1	Eko.>Çev&Sos.>Org. Dışı	1-4-8
KV2	Eko.>Çev&Sos.>Org. Dışı	1-3-7
KV3	Eko.>Çev&Sos.>Org. Dışı	1-3-6
KV4	Eko.>Çev&Sos.>Org. Dışı	1-4-8

Tüm karar vericilerin ana kriterleri 1’den 9’a (1 eşit, 9 en yüksek olmak üzere) değerlendirmeleri istenmiştir. Değerlendirmeler en önemli kriterin diğer kriterlerle kıyaslanması ile oluşturulmuştur. İkili karşılaştırmaların hemen ardından her bir karar verici için kriterlerin karşılaştırmalı önceliğini bulunmuştur. Örneğin, karar verici 1 için en önemli kriter ekonomik kriter olup, organizasyon dışı kriterlerden 8 kat daha önemlidir. Karar verici 1 için ana kriterlerin karşılaştırma önceliği şu şekilde hesaplanmıştır:

$$\varphi_{\frac{c_1}{c_2}} = \frac{4}{1} = 4 \qquad \varphi_{\frac{c_2}{c_3}} = \frac{8}{4} = 2$$

Bir sonraki adımda tüm kriterler için karşılaştırmalı öncelikleri göz önüne alınarak kriter ağırlıkları hesaplanmıştır. Adım 3’te belirtildiği gibi ağırlık katsayılarının nihai değerlerinin iki koşulu sağlaması beklenmektedir. Bunlardan ilki ağırlık katsayılarının oranı, kriterler arasındaki

karşılaştırmalı önceliğe eşittir. Örneğin Karar verici 1 için ağırlık katsayılarının oranı aşağıda gösterilen şekilde elde edilir.

$$\frac{w_{c_1}}{c_2} = \frac{4}{1} = 4 \quad \frac{w_{c_2}}{c_3} = \frac{8}{4} = 2$$

Diğer koşul olan ağırlık katsayılarının nihai değerleri, matematiksel geçişlilik koşulunu sağlaması gerekmektedir. Karar verici 1'in değerlendirmesiyle birlikte 1. ana kriterin, 3. ana kritere göre değeri aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$\frac{w_1}{w_3} = w_{\frac{1}{2}} * w_{\frac{2}{3}} = 4 * 2 = 8$$

Karar verici 1'in değerlendirmeleri sonucunda ana kriterler için nihai kriter ağırlıklarının elde edilmesi için aşağıda verilen doğrusal programlama modeli kurulmuştur.

$$\begin{aligned} & \text{Min } x \\ & \left\{ \begin{array}{l} \left| \frac{w_1}{w_2} - 4 \right| \leq x, \left| \frac{w_2}{w_3} - 2 \right| \leq x, \left| \frac{w_1}{w_3} - 8 \right| \leq x \\ \sum_{j=1}^3 w_j = 1, \quad w_j \geq 0 \quad \forall j \end{array} \right. \end{aligned}$$

Bu modelin Excel solver ile çözülmesi ile ana kriter önem ağırlıkları hesaplanmıştır. Tüm karar vericiler için tekrarlanan bu işlemler sonucunda ana kriterlerin önem ağırlıklarının nihai hali Tablo 5'te verildiği gibi bulunmuştur. Ana kriterlerin yerel ağırlıkları hesaplanmak üzere aritmetik ortalamaları alınmıştır (Ecer, 2020). En önemli ana kriterin %72,4 ile ekonomik engeller olduğu tespit edilmiştir. Çevresel ve sosyal engeller %17,9 ve organizasyon dışı engellerin %9,8 olarak hesaplanmıştır. Ağırlık katsayılarının güvenilirliğini test eden tam tutarlılıktan sapma değerleri (TTS) "0" elde edilmiştir. Elde edilen tam tutarlılık değeri güvenilirlik için istenilen optimum değerdir.

Tablo 5. Ana kriterlerin yerel ağırlıkları

Ana Kriterler/ Karar Verici	KV1	KV2	KV3	KV4	Yerel Ağırlıklar
Ekonomik	0,727	0,774	0,667	0,727	0,724
Çevresel&Sosyal	0,182	0,129	0,222	0,182	0,179
Organizasyon Dışı	0,091	0,097	0,111	0,091	0,098
TTS	0,000	0,000	0,000	0,000	

4.2.2. Alt Kriterlerin Değerlendirilmesi

Tüm karar vericilerin ana kriter değerlendirmelerinde yaptıkları şekilde alt kriterleri sıralamaları ve 1'den 9'a (1 eşit, 9 en yüksek olmak üzere) değerlendirmeleri istenmiştir. Karar vericilerin alt kriterlere ait sıralama ve değerlendirmeleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Alt kriterlerin sıralaması ve değerlendirmeler

Karar Verici	Sıralama	Değerlendirme
KV1	E1>E2>E3>E5>E4	1-2-3-8-9
	CS3>CS5>CS2>CS4>CS1	1-3-5-8-9
	OD6>OD1=OD2=OD5>OD3>OD4	1-4-4-4-5-6
KV2	E1>E3>E2>E5>E4	1-3-4-6-8
	CS3>CS5>CS2>CS4>CS1	1-2-4-6-7
	OD6>OD2>OD1=OD4>OD3=OD5	1-3-5-5-6-6
KV3	E1>E3>E2>E5>E4	1-3-4-6-8
	CS3>CS5>CS2>CS4>CS1	1-2-4-6-7
	OD6>OD2>OD1=OD4>OD3=OD5	1-3-5-5-6-6
KV4	E4>E1>E2>E5>E3	1-2-3-4-5
	CS1=CS3>CS5>CS4>CS2	1-1-2-4-5
	OD6>OD1=OD2=OD3>OD4>OD5	1-3-3-3-5-7

Ana kriter hesaplamalarında yapılan tüm adımlar takip edilerek alt kriterlere ilişkin karşılaştırmalı öncelikler ve doğrusal programlama modelleri oluşturulmuştur. Bir önceki bölümde örneklendirildiği şekilde, tüm alt kriterler ve tüm karar vericiler için yapılan hesaplamalar sonucunda elde edilen alt kriterlerin önem ağırlıkları Tablo 7’de verilmiştir. Alt kriterler için Tam tutarlılıktan sapma değerleri (TTS), “0” elde edilmiştir. Tüm alt kriterler, ana kriter ağırlıkları göz önüne alınmadan yerel ağırlıklar bakımından karşılaştırıldığında sürdürülebilir imalat önündeki en önemli engel OD6 kriteri olan “toplumun ilgisizliği” olarak tespit edilmiştir.

Tablo 7. Alt kriterlerin yerel ağırlıkları

Alt Kriterler/ Karar Verici	KV1	KV2	KV3	KV4	Yerel Ağırlıklar
E1	0,483	0,533	0,480	0,219	0,429
E2	0,242	0,133	0,160	0,146	0,170
E3	0,161	0,178	0,120	0,088	0,137
E4	0,060	0,067	0,120	0,438	0,171
E5	0,054	0,089	0,120	0,109	0,093
CS1	0,066	0,069	0,339	0,359	0,208
CS2	0,119	0,121	0,085	0,072	0,099
CS3	0,593	0,486	0,339	0,359	0,444
CS4	0,074	0,081	0,068	0,090	0,078
CS5	0,148	0,243	0,169	0,120	0,170
OD1	0,118	0,097	0,119	0,142	0,119
OD2	0,118	0,161	0,159	0,142	0,145
OD3	0,094	0,081	0,096	0,142	0,103
OD4	0,079	0,097	0,080	0,085	0,085
OD5	0,118	0,081	0,068	0,061	0,082
OD6	0,472	0,484	0,478	0,427	0,465
TTS	0,000	0,000	0,000	0,000	

4.2.3. Kriterlerin Nihai Ağırlıkları

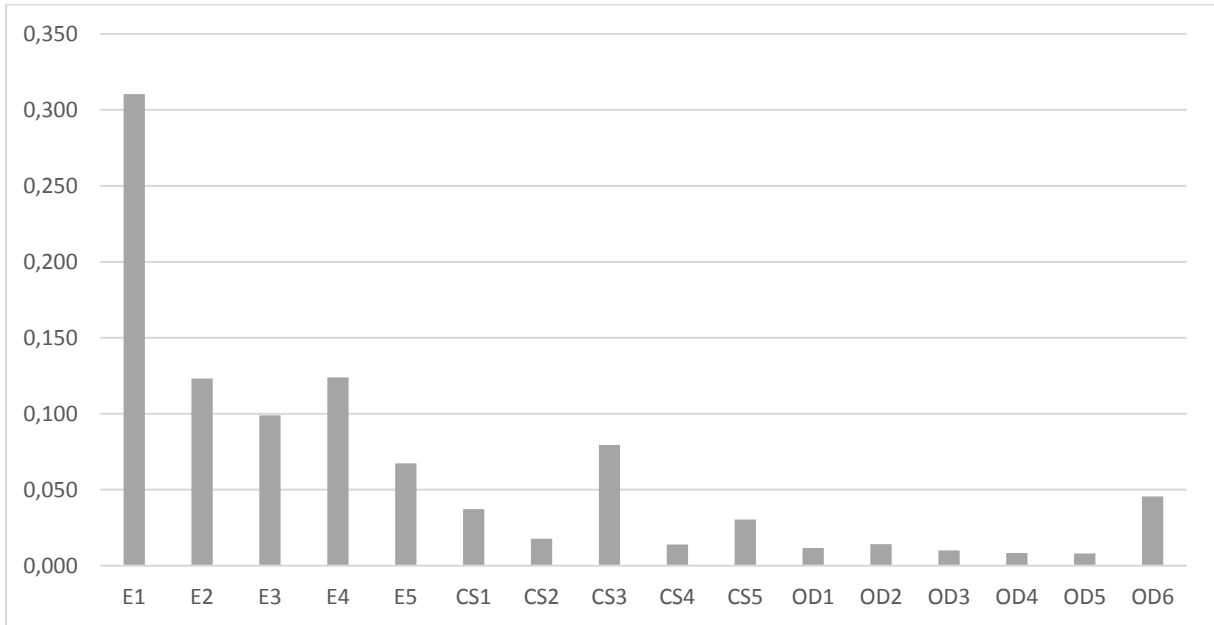
Ana ve alt kriterler birlikte değerlendirilerek hesaplanan nihai kriter ağırlıkları Tablo 8’de verilmiştir. Global ağırlıklarla yapılan değerlendirme sonucunda sürdürülebilir imalat önündeki en önemli engelin yüksek yatırım maliyetleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm ekonomik

kriterler, sıralamada üstte yer alırken dikkat çekici diğer önemli kriter işletmenin sürdürülebilir imalat için yol haritasının olmaması yani “yetersiz planlama” olmuştur.

Tablo 8. Nihai ağırlıklar ve sıralama

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Global Ağırlıklar	Sıralama
Ekonomik (0,724)	E1 (0,429)	0,310	1
	E2 (0,170)	0,123	3
	E3 (0,137)	0,099	4
	E4 (0,171)	0,124	2
	E5 (0,093)	0,067	6
Çevresel ve Sosyal (0,179)	CS1 (0,208)	0,037	8
	CS2 (0,099)	0,018	10
	CS3 (0,444)	0,080	5
	CS4 (0,078)	0,014	12
	CS5 (0,170)	0,030	9
Organizasyon Dışı (0,098)	OD1 (0,119)	0,012	13
	OD2 (0,145)	0,014	11
	OD3 (0,103)	0,010	14
	OD4 (0,085)	0,008	15
	OD5 (0,082)	0,008	16
	OD6 (0,465)	0,046	7

Tüm kriterler için hesaplanan nihai kriter ağırlıkları Şekil 3’te gösterilmiştir.



Şekil 3. Kriterlerin nihai önem ağırlıkları

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma ile bir tarımsal makine imalat işletmesinde sürdürülebilir imalatın önündeki engellerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çok kriterli karar verme yöntemlerinden Tam tutarlılık (FUCOM) Yöntemi ile yapılan değerlendirme sonucunda, yüksek yatırım maliyetleri sürdürülebilir imalat önündeki en önemli engel olarak tespit edilmiştir. Özellikle ana kriterler içerisinde ekonomik faktörlerin dört karar verici tarafından da çok baskın bir ağırlığa sahip

olması, yapılması gereken yatırımların büyüklüğü ve bunlar için uygulamanın gerçekleştiği orta ölçekli işletmelerin sermaye yetersizliği ve kaynak bulma sıkıntıları bakımından değerlendirildiğinde şaşırtıcı bulunmamaktadır. KOBİ'ler üzerinde yapılan benzer bir çalışmada aynı sonuçlar elde edilmiştir (Tanco vd., 2021). Türkiye'deki sürdürülebilir imalata yönelik devlet destekleri ve teşvikler incelendiğinde özellikle Ar-Ge çalışmaları kapsamında vergi indirimleri ve muafiyetlerle ilgili destekleri içerdiği anlaşılmaktadır (Cılız vd., 2011). Bunun dışında Ticaret Bakanlığının Yeşil Mutabakat Eylem Planı çerçevesi kapsamında farklı bir takım finansman çalışmalarının hazırlığının yapıldığı belirtilmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2021).

Çalışmada diğer bir dikkat çekici sonuç, global ağırlık hesaplanmasında 6. Sırada yer alan “yetersiz planlama” yani “sürdürülebilir imalat yapmak için yol haritasının bulunmaması” kriteridir. İşletmenin sürdürülebilir imalat ile ilgili bir strateji oluşturması ve tüm çalışanların, üst yönetim ile birlikte uygun bir yol haritasını en kısa sürede uygulamaya geçirmesi gerekmektedir. Özellikle AB ülkelere ihracat yapan bu firma ve benzer firmaların AB ticaret düzenlemelerine uygun üretim şartlarını şimdiden oluşturması önerilmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirilerek Aydın ili özelinde sürdürülebilir imalatın artırılmasına yönelik fırsatların adaptasyonu sağlanmalıdır. Özellikle yenilenebilir enerji üretiminde öne çıkan ilde üretimde kullanılan enerjinin sürdürülebilirliğinin garantisi sağlanabilir. Yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerjinin yapılacak dağıtım sistemleri yatırımı ile doğrudan satışına imkân tanınmalıdır. Dünya üzerinde benzer uygulamaların bulunduğu bilinmektedir. Çalışma incelenen sektörde, tüm tedarik zinciri üyelerinde sürdürülebilirliği engelleyen kriterlerin ortaya konularak değerlendirilmesiyle daha da genişletilebilir.

KAYNAKÇA

Abdullah, A., Ahmad, S., Athar, M. A., Rajpoot, N., & Talib, F. (2022). Healthcare performance management using integrated FUCOM-MARCOS approach: The case of India. *The International Journal of Health Planning and Management*, 37(5), 2635-2668. <https://doi.org/10.1002/hpm.3488>

Abualfaraa, W., Salonitis, K., Al-Ashaab, A., & Ala'raj, M. (2020). Lean-green manufacturing practices and their link with sustainability: A critical review. *Sustainability*, 12(3), 981.

Alayón, C. L., Säfsten, K., & Johansson, G. (2022). Barriers and enablers for the adoption of sustainable manufacturing by manufacturing smes. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4), 1-34. <https://doi.org/10.3390/su14042364>

Alsanad, S. (2018). Barriers to implementation sustainable cement manufacturing in kuwait. *European Journal of Sustainable Development*, 7(4), 317-322. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2018.v7n4p317>

Ayçin, E., & Aşan, H. (2021). İş zekası uygulamaları seçimindeki kriterlerin önem ağırlıklarının FUCOM yöntemi ile belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 195-208. <https://doi.org/10.33707/akuiibfd.903563>.

Bhanot, N., Rao, P. V., & Deshmukh, S. G. (2015). Enablers and barriers of sustainable manufacturing: Results from a survey of researchers and industry professionals. *Procedia CIRP*, 29, 562–567. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2015.01.036>

Bhanot, N., Rao, P. V., & Deshmukh, S. G. (2017). An integrated approach for analysing the enablers and barriers of sustainable manufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 142, 4412–4439. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.123>

BİST (2022), Sürdürülebilirlik endeksi. <https://borsaistanbul.com/tr/sayfa/165/bist-surdurulebilirlik-endeksi>

Böyükaslan, A., & Ecer, F. (2021). Determination of drivers for investing in cryptocurrencies through a fuzzy full consistency method-Bonferroni (FUCOM-F'B) framework. *Technology in Society*, 67, 101745. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101745>

Chun, Y., & Bidanda, B. (2013). Sustainable manufacturing and the role of the International Journal of Production Research. *International Journal of Production Research*, 51(23–24), 7448–7455. <https://doi.org/10.1080/00207543.2012.762135>

Cılız, N., Daylan, B., & Baydar, G. (2011). Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Yayınları-II, Temiz Üretim. *Ankara, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı*.

Deepak, M., Haq, A. N., & Mathiyazhagan, K. (2014). Identification of pressures, barriers and drivers for the implementation of green supply chain management. *In 5th International & 26th All India Manufacturing Technology, Design and Research Conference (AIMTDR 2014)*, Assam, India.

Durmić, E. (2019). Evaluation of criteria for sustainable supplier selection using FUCOM method. *Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications*, 2(1), 91-107.

Ecer F. (2020). FUCOM subjektif ağırlıklandırma yöntemi ile rüzgâr çiftliği yer seçimini etkileyen faktörlerin analizi. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 27(1), 24-34.

Fazlollahtabar, H., Smailbašić, A., & Stević, Ž. (2019). FUCOM method in group decision making: Selection of forklift in a warehouse. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 2(1), 49–65. <https://doi.org/10.31181/dmame1901065f>

Garetti, M., & Taisch, M. (2012). Sustainable manufacturing: Trends and research challenges. *Production Planning and Control*, 23(2–3), 83–104. <https://doi.org/10.1080/09537287.2011.591619>

Ghazilla, R. A. R., Sakundarini, N., Abdul-Rashid, S. H., Ayub, N. S., Olugu, E. U., & Musa, S. N. (2015). Drivers and barriers analysis for green manufacturing practices in Malaysian smes: A preliminary findings. *Procedia CIRP*, 26, 658–663. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2015.02.085>

Gunasekaran, A., & Spalanzani, A. (2012). Sustainability of manufacturing and services: Investigations for research and applications. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 35–47. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.011>

Gupta, H., Kusi-Sarpong, S., & Rezaei, J. (2020). Barriers and overcoming strategies to supply chain sustainability innovation. *Resources, Conservation and Recycling*, 161(November 2019), 104819. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104819>

Hariyani, D., Mishra, S., Sharma, M. K., & Hariyani, P. (2022). Organizational barriers to the sustainable manufacturing system: A literature review. *Environmental Challenges*, 9(May), 100606. <https://doi.org/10.1016/j.envc.2022.100606>

Hartmann, J., & Moeller, S. (2014). Chain liability in multitier supply chains? Responsibility attributions for unsustainable supplier behavior. *Journal of Operations Management*, 32(5), 281–294. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2014.01.005>

- Hoan, P., & Ha, Y. (2021). ARAS-FUCOM approach for VPAF fighter aircraft selection. *Decision Science Letters*, 10(1), 53-62. <https://doi.org/10.5267/j.dsl.2020.10.004>
- Jamwal, A., Agrawal, R., Gupta, S., Dangayach, G. S., Sharma, M., & Sohag, M. A. Z. (2020). Modelling of sustainable manufacturing barriers in pharmaceutical industries of himachal pradesh: an ism-fuzzy approach. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 174(June), 157–167. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2647-3_15
- Joung, C. B., Carrell, J., Sarkar, P., & Feng, S. C. (2012). Categorization of indicators for sustainable manufacturing. *Ecological Indicators*, 24, 148–157. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.05.030>
- Khan, A. U., Ali, Y., Pamucar, D., & Vasa, L. (2022). Risk management for cold supply chain: Case of a developing country. *Acta Polytechnica Hungarica*, 19(8).
- Koho, M., Torvinen, S., & Romiguer, A. T. (2011). Objectives, enablers and challenges of sustainable development and sustainable manufacturing: Views and opinions of Spanish companies. In *2011 IEEE international symposium on assembly and manufacturing (ISAM)*, 1-6. IEEE.
- Machado, C. G., Winroth, M. P., & Ribeiro da Silva, E. H. D. (2019). Sustainable manufacturing in Industry 4.0: An emerging research agenda. *International Journal of Production Research*, <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1652777>
- Malek, J., & Desai, T. N. (2019). Prioritization of sustainable manufacturing barriers using Best Worst Method. *Journal of Cleaner Production*, 226, 589–600. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.056>
- Malek, J., & Desai, T. N. (2020). A systematic literature review to map literature focus of sustainable manufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 256, 120345. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120345>
- Mathiyazhagan, K., Govindan, K., NoorulHaq, A., & Geng, Y. (2013). An ISM approach for the barrier analysis in implementing green supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 47, 283–297. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.10.042>
- Mittal, V. K., Sangwan, K. S., Herrmann, C., Egede, P., & Nee, Song and Ong (Eds) (2013). Comparison of drivers and barriers to green manufacturing: A case of India and Germany. *Re-engineering Manufacturing for Sustainability*, Springer, Singapore
- Mittal, V. K., & Sangwan, K. S. (2014). Prioritizing barriers to green manufacturing: Environmental, social and economic perspectives. *Procedia CIRP*, 17, 559–564. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.01.075>
- Moktadir, M. A., Ali, S. M., Rajesh, R., & Paul, S. K. (2018). Modeling the interrelationships among barriers to sustainable supply chain management in leather industry. *Journal of Cleaner Production*, 181, 631–651. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.01.245>
- Moldavska, A., & Welo, T. (2017). The concept of sustainable manufacturing and its definitions: A content-analysis based literature review. *Journal of Cleaner Production*, 166, 744–755. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.006>
- Moshood, T. D., Nawanir, G., Mahmud, F., Sorooshian, S., & Adeleke, A. Q. (2021). Green and low carbon matters: A systematic review of the past, today, and future on sustainability supply chain management practices among manufacturing industry. *Cleaner Engineering and Technology*, 4. <https://doi.org/10.1016/j.clet.2021.100144>
- Mutingi, M., Musiyarira, H., Mbohwa, C., & Kommula, V. P. (2017, 25-27 Ekim). An analysis of enablers and barriers of sustainable manufacturing in Southern Africa. In *Proceedings of the World Congress on Engineering and Computer Science*, 2, 25-28.
- Oğuzhan, Y. (2018). Sürdürülebilir üretimi teşvik eden ve sınırlandıran faktörlerin belirlenmesine yönelik bir alan araştırması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 73(2), 475–500. https://doi.org/10.1501/sbfter_0000002506

Paju, M., Heilala, J., Hentula, M., Heikkilä, A., Johansson, B., Leong, S., & Lyons, K. (2010, December). Framework and indicators for a sustainable manufacturing mapping methodology. *In Proceedings of the 2010 winter simulation conference*, 3411-3422. IEEE.

Pamučar, D., Stević, Ž., & Sremac, S. (2018). A new model for determining weight coefficients of criteria in MCDM models: Full consistency method (FUCOM). *Symmetry*, 10(9), 1–22. <https://doi.org/10.3390/sym10090393>

Pamucar, D., Ecer, F., & Deveci, M. (2021). Assessment of alternative fuel vehicles for sustainable road transportation of United States using integrated fuzzy FUCOM and neutrosophic fuzzy MARCOS methodology. *Science of The Total Environment*, 788, 147763. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.147763>

Rosen, M. A., & Kishawy, H. A. (2012). Sustainable manufacturing and design: Concepts, practices and needs. *Sustainability*, 4(2), 154-174. doi:10.3390/su4020154.

Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699–1710. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.04.020>

Silvestre, B. (2016). Sustainable supply chain management: current debate and future directions. *Gestão & Produção*, 23, 235-249. <https://doi.org/10.1590/0104-530X2202-16>.

Singh, S., Olugu, E. U., & Musa, S. N. (2016). Development of sustainable manufacturing performance evaluation expert system for small and medium enterprises. *Procedia CIRP*, 40, 608–613. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.01.142>

Tanco, M., Kalemkerian, F., & Santos, J. (2021). Main challenges involved in the adoption of sustainable manufacturing in Uruguayan small and medium sized companies. *Journal of Cleaner Production*, 293. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126139>

Ticaret Bakanlığı. (2021). Yeşil Mutabakat Eylem Planı. <https://ticaret.gov.tr/data/60f1200013b876eb28421b23/MUTABAKAT%20YE%C5%9E%C4%B0L.pdf>

Vukasović, D., Gligović, D., Terzić, S., Stević, Ž., & Macura, P. (2021). A novel fuzzy MCDM model for inventory management in order to increase business efficiency. *Technological and economic development of economy*, 27(2), 386-401. <https://doi.org/10.3846/tede.2021.14427>

Wu, H., Lv, K., Liang, L., & Hu, H. (2017). Measuring performance of sustainable manufacturing with recyclable wastes: A case from China's iron and steel industry. *Omega (United Kingdom)*, 66, 38–47. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2016.01.009>



İslami Finansın Gayrimüslim Ülkelerde Gelişimi, Karşılaşılan Zorluklar ve Öneriler¹

Dilşad Tülgen ÇETİN^{2*}

Geliş Tarihi/Received Date: 10.06.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 19.07.2022

Derleme Makalesi/Review Article

ÖZET

İslami finans sektörünün krizlere dayanıklı yapısı ve Körfez ülkelerinin zengin fon kaynakları, Müslüman nüfusun yoğun olduğu ülkeler kadar gayrimüslim ülkeleri de cezbetmektedir. Bu çalışmanın amacı, gayrimüslim ülkelerde İslami finans sektörünün gelişimini incelemek, bu ülkelerde İslami finans açısından karşılaşılan zorlukları tanımlamak ve bu zorlukları aşabilmek adına yapıcı öneriler sunmaktır. Çalışmanın kapsamı, İslami finans ülke endeksinde üst sıralarda yer alan gayrimüslim ülkelerden İngiltere, Amerika ve Kanada ile Avrupa'da İslami finansta ilkleri gerçekleştiren Lüksemburg ile sınırlandırılmıştır. Gayrimüslim ülkelerdeki yasal düzenlemelerin İslami ilkelere uyumsuzluğu, nitelikli Şer'i danışmanların eksikliği, İslami finansal ürünlerin yetersiz standardizasyonu, finansal raporlama ve muhasebe politikalarındaki uyumsuzluklar karşılaşılan zorluklar arasında yer almaktadır. Bu zorlukların hükümetlerin ve uluslararası İslami finansal kuruluşların çabalarıyla zaman içerisinde aşılmasıyla birlikte, gayrimüslim ülkelerde İslami finans piyasalarının kayda değer bir gelişim göstereceği beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gayrimüslim Ülkelerde İslami Finans, İngiltere'de İslami Finans, Amerika'da İslami Finans, Kanada'da İslami Finans, Lüksemburg'da İslami Finans

¹ Bu makale, 22-24 Mayıs 2022 tarihlerinde Gaziantep'te düzenlenen 3. İslami Finans ve Muhasebe Kongresi'nde sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, ORCID: 0000-0001-9321-6991

*Sorumlu yazar/Corresponding author, E-mail/e-ileti: dtozturk@mehmetakif.edu.tr

Development of Islamic Finance in Non-Muslim Countries, Challenges and Recommendations

ABSTRACT

The crisis-resistant structure of the Islamic finance sector and the rich fund resources of the Gulf countries attract non-Muslim countries as well as countries with a large Muslim population. The aim of this study is to examine the development of the Islamic finance sector in non-Muslim countries, to define the challenges encountered in these countries in terms of Islamic finance and to offer constructive recommendations to overcome these challenges. The scope of the study is limited to the UK, USA and Canada, which are among the top non-Muslim countries in the Islamic finance country index, and Luxembourg, which has broken grounds in Islamic finance in Europe. Incompatibility of legal regulations in non-Muslim countries with Islamic principles, lack of qualified Shariah advisors, insufficient standardization of Islamic financial products, incompatibilities in financial reporting and accounting policies are among the difficulties encountered. With the efforts of governments and international Islamic financial institutions to overcome these obstacles over time, Islamic financial markets in non-Muslim countries are expected to develop significantly.

Keywords: Islamic Finance in Non-Muslim Countries, Islamic Finance in UK, Islamic Finance in USA, Islamic Finance in Canada, Islamic Finance in Luxembourg

1. GİRİŞ

İslami finans, en yalın haliyle konvansiyonel finans sisteminin yerine getirdiği tüm finansal hizmetlerin İslam hukukuna uygun olarak gerçekleştirilmesidir (Çetin, 2021b). İslami finans sisteminin temel ilkesi hiç şüphesiz ki faiz yasağıdır. İslam hukukunda, risk üstlenilmeden, emek sarf edilmeden ve taraflar arasında önceden belirlenmiş artış faiz kabul edilerek yasaklanmıştır. Oysa ticaret sonucu sermayede meydana gelen kâra bağlı artış İslam hukukuna uygun kabul edilmekte ve teşvik edilmektedir (Çetin, 2021c). Her ne kadar faiz yasağı İslami finansın öne çıkan ilkesi olsa da bir finansal işlemin, İslami olabilmesi için faiz yasağının yanı sıra İslam hukukunda yer alan diğer temel ilke ve yasaklara da uyması gerekir. Bu temel ilke ve yasaklar; kumar ve şans oyunları (maysir) yasağı, aşırı belirsizlik ve spekülasyon (garar) yasağı, yasaklı alanlar dışında faaliyet gösterme ilkesi, kâr-zarar-risk paylaşımı ilkesi ve varlığa dayalı finansman ilkesidir (Habib, 2018). Temelinde adalet, hakkaniyet ve ticaret olan İslami finans, borç temelli bir finansal sistem yerine reel ekonomiyi destekleyen, sosyoekonomik refahı

artırmayı ve gelir dağılımında adaleti sağlamayı hedefleyen bir sistem öngörmektedir (Çetin, 2021b).

İslami finans sisteminin kökenleri 1400 yıl önce İslam'ın doğuşuna kadar uzanmakla birlikte, modern anlamdaki ilk çalışmalar 1940'lı yıllarda Pakistan'da başlamıştır. Pakistanlı akademisyenler, İslam'a uygun bir finans sistemi kurmak üzere teorik tartışmalara öncülük etmişlerdir. Bu çabaların sonucunda, 1958 yılında Pakistan'da Mudaraba yöntemine göre çalışan ilk yerel banka ve 1963 yılında Mısır'da ilk ulusal İslami banka kurulmuştur. Günümüzde İslami bankacılık yalnızca İslam ülkelerinde değil neredeyse tüm dünyada faaliyet göstermektedir. 2020 yılı verilerine göre, 72 ülkede 520 İslami banka, 1447 İslami finans kurumu faaliyet göstermektedir (TKBB, 2020).

İslami sigortacılık faaliyetleri (tekafül) ilk kez 1979 yılında Sudan'da başlamış, ancak asıl önemli gelişme 2008 yılından sonra yaşanmıştır. 2008-2013 döneminde ortalama %16'lık büyüme kaydetmiştir. Küresel İslami finans sektörü içinde %1,1'lik küçük bir paya sahip olan tekafül hizmetleri, gelişmeye açık bir alandır (IFSB, 2021).

İslami sermaye piyasalarındaki ilk gelişmeler; 1978 yılında ilk İslami tahvil, 1990 yılında ilk sukuk ihracı ile başlamıştır. İlk sukuk ihracı 1990'da gerçekleşmesine rağmen yasal altyapı yetersizlikleri ve uzman insan kaynağı eksiklikleri gibi nedenlerle 11 yıl boyunca sukuk ihracı gerçekleşmemiş ve piyasa özellikle 2005 yılından sonra büyümeye başlamıştır. Sukuk, sermaye piyasalarında finansman ihtiyaçlarının İslami esaslara uygun olarak karşılanması amacıyla varlığa dayalı veya varlık temelli yapılandırılmış finansman kapsamındaki menkul kıymetlerdir. Yatırımcıya dayanak varlıklar üzerinde bölünmemiş mülkiyet hakkı ve buna bağlı olarak varlıklardan elde edilen gelir veya kârdan katılım oranında pay alma hakkı verir (Zaman, 2020).

Gayrimüslim ülkelerde İslami finans faaliyetlerine ilişkin oldukça sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Mevcut çalışmalar ise genel olarak güncelliğini yitirmiştir. Bu çalışmanın amacı, İslami finansın gayrimüslim ülkelerdeki gelişimini incelemek, bu ülkelerde İslami finans açısından karşılaşılan zorlukları tanımlamak ve bu zorlukları aşabilmek adına yapıcı öneriler sunmaktır. Araştırma kapsamı, İslami finans ülke endeksinde (IFCI- Islamic Finance Country Index) gayrimüslim ülkelere üst sıralarda yer alan İngiltere, Amerika ve Kanada'nın yanı sıra endeks listesinde yer almamasına rağmen yaptığı önemli yasal düzenlemeleri ve Avrupa'da İslami finansla ilgili pek çok konuda ilk ülke olma özelliği taşıyan Lüksemburg ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın, gayrimüslim ülkelerin İslami finansla bakış açısının ortaya konulması, İslami finansın mevcut durumunun istatistiksel verilerle değerlendirilmesi ve İslami

finansın gelişiminin önündeki zorlukların tanımlayarak öneriler sunulması bakımından literatüre katkı sağlaması umulmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gayrimüslim ülkelerde İslami finans henüz yapılandırma aşamasında olduğundan, literatürde bu konuya ilişkin az sayıda çalışma bulunduğu görülmektedir. Mevcut çalışmaların çoğu güncelliğini yitirmiş olup beş yıldan eski tarihlidir. Bu çalışmalar daha çok İslami finansın gayrimüslim ülkelerde uygulanabilirliğini incelemekte ve piyasanın gelişimini engelleyen zorluklara odaklanmaktadır. İngiltere piyasası dışında İslami finansa ilişkin detaylı istatistik veriye ulaşmada ciddi sıkıntılar bulunmaktadır. Zira bu ülkelerde İslami finans faaliyetleri özel olarak raporlanmayacak kadar küçük hacimli olduğundan yayımlanmamaktadır.

Langah, (2009) İngiltere’de İslami bankacılık ve finansın varlığının önündeki engelleri ve fırsatları araştırırken, Belouafi ve Chachi, (2014) ve Hassan Farah, (2019), piyasanın büyüklüğüne ve İngiltere’yi bu alanda diğer Avrupa ülkelerinin önüne geçiren faktörlere odaklanmıştır. Khan, (2012), İngiltere’de gayrimüslimlerin İslami finansa yönelik algı ve farkındalıklarını ve tüketicilerin bir finans kurumu seçerken kullandıkları seçim kriterlerini analiz etmiştir. Bataineh, (2010), Avrupa’da İslami finans açısından önemli ilklere imza atan Lüksemburg’u, fırsatlar tehditler ve zorluklar (SWOT) açısından analiz etmiştir. Masiukiewicz, (2017), İslami finansın Avrupa’da yaygınlaşmasını incelediği çalışmada, özellikle Lüksemburg, Almanya, Rusya ve İngiltere’de İslami finansa ilişkin yasal düzenlemeler yapıldığını belirtmektedir.

Aldarabseh, (2019), Amerika’da İslami finansın ne kadar popüler olduğunu Google Trendlerini analiz ederek araştırmıştır. (Dajani, 2020) ise Amerika’da İslami finansın karşılaştığı zorlukları ve piyasanın yasal mevzuat, İslami bankacılık ve sukuk ihraçları gibi alanlardaki son durumunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Alharbi, (2016) ve Maierbrugger, (2020), Kanada’da ve Kuzey Amerika’da İslami finansın gelişimini değerlendirmişlerdir. Biancone ve Shakhatreh, (2015), gayrimüslim ülkelerde altyapı projelerinin finansmanında İslami finansman alternatiflerini değerlendirmişlerdir. Sonuç olarak, bu ülkelerin hukukundan ve kültüründen farklı olmasına rağmen İslami sermaye piyasası aracı olan sukukun uygun bir alternatif olabileceğini tespit etmişlerdir

Ulusal literatürde, batılı ülkelerde İslami finansı farklı açılardan değerlendiren yalnızca üç çalışmaya ulaşılabilmektedir. Güçlü ve Kılıç, (2019), İslami finansın Amerika, İngiltere ve Malezya’daki gelişimini karşılaştırırken, Demirdöğen, (2020), Avrupa’daki İslami fintek

ekosistemini analiz etmiştir. Öz ve Işık, (2019) ise, İngiltere ve Türkiye'nin İslami sigortacılık faaliyetleri açısından karşılaştırmıştır.

3. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ VE KAPSAMI

Çalışmada, İslami finansın gayrimüslim ülkelerdeki gelişimini incelemek, bu ülkelerde İslami finans açısından karşılaşılan zorlukları tanımlamak ve bu zorlukları aşabilmek adına yapıcı öneriler sunmak için nitel ve teorik araştırma yöntemi uygulanmıştır. Yöntemde, İslami finans alanında yayınlanmış literatür aracılığıyla eleştirel düşünme ve analiz uygulayarak gayrimüslim ülkelerde mevcut durumların olanaklarını ve kısıtlamalarını keşfetmek hedeflenmektedir. Özellikle, gayrimüslim ülkelerin yasal mevzuatları açısından İslami finans açısından fırsat olabilecek uygulamaları ve benzerlikleri ortaya konulmaktadır. Böylece, İslami finans uygulamaları açısından gayrimüslim ülkelerde yeni uluslararası finans anlayışı tesis etmek üzere uygun bir altyapı oluşturabilmek için öneriler sunulmaktadır.

Çalışmanın kapsamı, İslami Finans Ülke Endeksinde (Islamic Finance Country Index-IFCI) üst sıralarda yer alan gayrimüslim listesi dikkate alınarak belirlenmiştir. 2011 yılından bu yana Edbiz Consulting tarafından hesaplanan IFCI endeksi, ülkelerin İslami bankacılık ve finans faaliyetlerinin durumunu ve sektördeki liderlik rollerini ortaya koymak amacıyla yayımlanmaktadır. Endekste, 48 ülke için 0-100 arası endeks değeri hesaplanarak, İslami finans faaliyetleri açısından ülkeler sıralanmaktadır (CIIF, 2021). Çalışmanın araştırma alanı, IFCI endeksinde gayrimüslim ülkeler arasında üst sıralarda yer alan İngiltere, Amerika ve Kanada'nın yanı sıra endeks listesinde yer almamasına rağmen Avrupa'da İslami finansla ilgili pek çok konuda ilk ülke olma özelliği taşıyan Lüksemburg ile sınırlandırılmıştır.

Seçilmiş ülkeler için IFCI endeks değerleri ve sıralamaları Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Seçilmiş ülkeler için İslami Finans Ülke Endeksi, 2021

	2021 Endeks	2020 Endeks	Değişim (%)	2021 Sıra	2020 Sıra
Endonezya	83.35	82,01	1.61	1	2
Suudi Arabistan	80.67	66,01	18.17	2	4
Malezya	80.01	83,33	-4.15	3	1
Iran	79.73	79,99	-0.33	4	3
Pakistan	60.23	53.12	11.8	5	6
Türkiye	33.45	33,32	0.39	11	11
İngiltere	18.18	10,07	44.61	18	18
Amerika	7.77	6,11	21.36	24	22
Kanada	3.01	1,99	33.89	35	34

Kaynak: CIIF (2021), Global Islamic Finance Report 2021, London, UK.

Tablo 1’de, IFCI sıralamasında ilk beşte yer alan ülkelerin 2021 yılında da yerlerini hemen hemen koruduğu, görülmektedir. Ancak İslami finansın öncüsü kabul edilen Malezya’nın 2020 yılına göre sıralamada birinci sıradan üçüncü sıraya düşmüş olması dikkat çekicidir. Tabloda, endeks değerindeki en büyük artışın %44,61 ile İngiltere’de olduğu ve onu %33,89 ile Kanada’nın takip ettiği görülmektedir. Bu durum gayrimüslim bir ülke olarak İngiltere’nin İslami finansın gelişimi desteklemek adına 2021 yılı boyunca önemli adımlar attığını ifade etmektedir. Amerika’daki İslami finans faaliyetleri ve altyapı çalışmaları İngiltere kadar olmasa da önceki yıla nispeten %21,36 oranında artmıştır.

4. KÜRESEL PİYASALARDA İSLAMİ FİNANS

İslami finans açısından önemli bir dönüm noktası olan 2008 ekonomik krizi, uluslararası piyasalardaki fon daralması nedeniyle Körfez ülkelerinin kaynaklarını daha da önemli hale getirmiştir. Bu dönemde İslami finans, faize dayalı konvansiyonel finansa göre daha istikrarlı ve esnek bir yapı sergileyerek Batılı ülkelerin dikkatini çekmiştir. Sukukun krize dayanıklı yapısı ve düşük oynaklığa sahip olması, küresel finans piyasalarında sukuk talebinin artmasına neden olmuştur. 2002 yılında Lüksemburg Borsasında Avrupa borsalarının ilk sukuk kotasyonu, 2005 yılında İngiltere’nin, 2006 yılında Amerika’nın ilk kurumsal sukuk ihracı gerçekleşmiştir. 2006 yılında Dow Jones ve Citigroup ilk uluslararası sukuk endeksini yayınlamaya başlamıştır (Çetin, 2021b).

İslami finans sektörünün 2008 yılından sonra bir ivme kazanarak hızla büyüdüğü ve bu büyümesini gelecek yıllarda da sürdüreceği öngörülmektedir. İslami tahvil olarak da bilinen sukuk piyasaları konvansiyonel tahvillere alternatif olarak son beş yılda ortalama %16 büyümüştür. Özellikle, 2017 yılından bu yana ihraç edilen Yeşil sukuk ve SRI sukuk türleri, hem İslami ilkelere uygun hem de sosyal sorumlu ve/veya çevre dostu yeşil projelere yatırım yapmak isteyen yatırımcıların artan ilgisiyle karşılaşmaktadır. İslami yatırım fonları ve yeşil altyapı proje

finansmanında kullanılabilir Yeşil sukuk, gayrimüslim ülkelerin finansman gereksinimlerine cevap verebilir (Çetin, 2021a).

Küresel İslami finansın, finansal varlık sınıflarına ve faaliyet bölgelerine göre dağılımı Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Küresel İslami Finansın bölgelere ve sektörlere göre dağılımı (2020), Milyar USD

Bölge	Katılım Bankacılığı	Dolaşımdaki Sukuk	İslami Fon Varlıkları	Tekafül	Toplam	Payı (%)
Körfez İşbirliği Konseyi	979,7	280,4	46,3	12,3	1.318,7	48,9%
Güneydoğu Asya	258,2	366,4	41,9	4,1	670,6	24,9%
Ortadoğu ve Güney Asya	499	18,9	22,8	5,5	546,2	20,3%
Afrika	43,1	1,7	1,5	0,6	46,9	1,7%
Diğerleri	61,8	22,1	31,3	0,6	115,8	4,3%
Toplam	1.841,8	689,5	143,8	23,1	2.698,2	100%
Payı (%)	68,3%	25,6%	5,3%	0,9%	100%	

Kaynak: IFSB, (2021). Islamic Financial Services Industry Stability Report 2021, Malaysia.

2020 yılsonunda küresel İslami finansın toplam hacmi bir önceki yıla göre %10,7 (2019 yılı 2,44 trilyon dolar) artarak yaklaşık 2,70 trilyon dolar gerçekleşmiştir (IFSB, 2021). Bunun 1,84 trilyon doları İslami bankacılık faaliyetlerinde, 689,5 milyar doları sukuk piyasalarında, 143,8 milyar doları İslami fonlarda, 23,1 milyar doları ise tekafül (İslami sigortacılık) hizmetlerinde gerçekleşmiştir. İslami finans sektöründeki en büyük pay %68,3 ile İslami bankacılığa ait olup, bankacılık sektörü her yıl ortalama %5,5 oranında istikrarlı bir şekilde büyümeye devam etmektedir (TKBB, 2020). Bankacılık sektörünü, %25,6 ile İslami sermaye piyasalarının en yaygın ürünü olan sukuk piyasaları takip etmektedir.

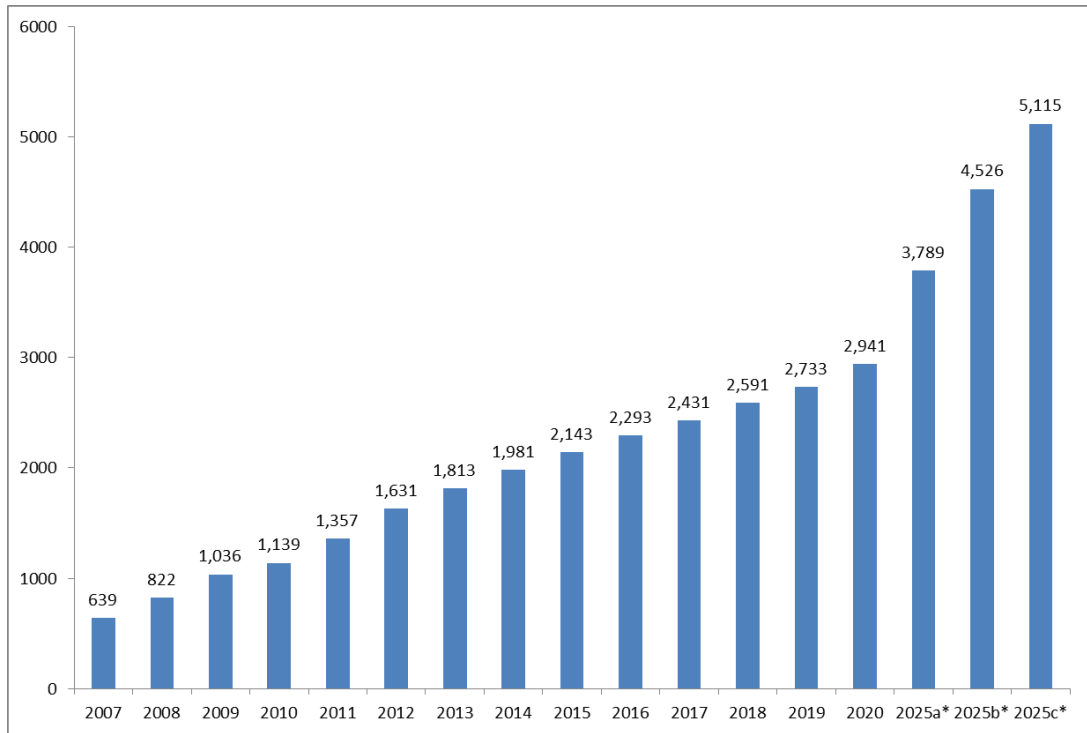
Son 20 yılda küresel piyasalarda İslami finansın gelişiminde iki önemli olay rol oynamıştır. Bunlar; 2008 küresel ekonomik krizi ve 2020 COVID-19 pandemisi olarak değerlendirilmektedir.

2008 küresel ekonomik krizi, uluslararası piyasalardaki fon daralması nedeniyle Körfez ülkelerinin kaynaklarını daha da önemli hale getirmiştir. Bu durum Batılı ülkelerin İslami finans piyasalarına (özellikle sukuk piyasalarına) ilgilerinin artmasına yol açmıştır. Kriz, uluslararası piyasalar açısından olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkiler de yaratmıştır. Krizin yarattığı ekonomik çevre, İslami finans alanındaki inovasyonlara ket vurarak sektörün büyüme oranını düşürmüştür.

2020 COVID-19 pandemisi, 1930 Büyük Buhrandan bu yana dünyanın yaşadığı en büyük resesyona yol açmıştır. Pandemi döneminde İslami finans sektörünün 2020 yılında durağanlaşarak, 2,44 trilyon dolar seviyesini koruyacağı tahmin edilirken (S&P Global, 2021),

beklentilerin aksine sektör büyümeye devam etmiştir. İslami finans sektörü 2020 yılında bir önceki yıla nazaran %7,61 oranında büyüyerek son 5 yılın en büyük büyüme oranını kaydetmiştir.

Pandemi sonrası dönemde sektörün büyüme oranlarına ilişkin çeşitli tahminler bulunmaktadır. Bunlardan en kayda değer olanlarından birisi Thomson Reuters'ın 2023 yılında küresel İslami finans sektörünün yıllık hacminin 3,8 trilyon dolara ulaşacağına ilişkin tahminidir (TheCityUK, 2019). Bir diğer önemli tahmin ise Cambridge İslami Finans Enstitüsü'nün 2025 yılında sektörün hacmine ilişkin tahminidir.



Şekil 1. Küresel İslami Finansın toplam hacmi (2007-2020) ve 2025 yılı tahminleri

Kaynak: Cambridge Institute of Islamic Finance (CIIF), (2022). *Global Islamic Finance Report2021*. s. 53.

Cambridge İslami Finans Enstitüsü'ne göre İslami finans sektörünün 2025 yılındaki toplam hacminin;

- (2025a) 2016-2020 dönemi büyüme oranları (%6.54) ile büyürse 3,789 trilyon \$ (%50 olasılık)
- (2025b) 2010-2020 dönemi büyüme oranları (%11.34) ile büyürse 4,526 trilyon \$ (%30 olasılık)
- (2025c) 2015 yılı önce büyüme oranları (%14.84) ile büyürse 5,155 trilyon \$ (%20 olasılık) olması beklenmektedir (CIIF, 2021).

5. İNGİLTERE’DE İSLAMİ FİNANS

İngiltere, Batı ülkeleri arasında İslami finans sektörünün en fazla gelişme kaydettiği ülkelerin başında gelmektedir. Yaklaşık 3 milyonluk (toplam nüfusun %5,1’i) Müslüman nüfusuyla İngiltere İslami finans faaliyetlerinde küresel piyasalarda söz sahibi olmaya adaydır. İngiltere’de İslami finans sektörünün büyümesindeki en önemli itici güç, “*Londra’nın İslami finans merkezi olması*” hedefine ulaşmak için hükümetin bu konuyu çok ciddi bir şekilde ele alması, destekleyici mali ve vergisel düzenleyici politikaları erken bir dönemde başlatarak hızla hayata geçirmesidir (TheCityUK, 2019: 21). 2013 yılında İngiltere Başbakanı David Cameron, tarihinde ilk kez gayrimüslim bir ülkede, Londra’da toplanan “9. Dünya İslami Ekonomik Forumu”ndaki konuşmasında bu arzusunu açıkça dile getirmiştir.

İngiltere’de, 2021 yılı itibariyle İslami finans sektörünün toplam büyüklüğü yaklaşık 19 milyar dolar olup (Dajani, 2020), bunun yaklaşık 5,5 milyar doları İslami bankacılık faaliyetlerinde gerçekleştirilmiştir (TheCityUK, 2020). Mevcut eğilimler, altyapı projelerinin finansmanında İslami finansın rolünün önümüzdeki yıllarda artmaya devam edeceğini göstermektedir. İngiliz hükümetinin İslami finansla ilişkin yaptığı hukuki düzenlemeler ve vergi teşvikleri, Londra borsasının bu tür büyük projelere fon sağlamada etkin bir rol oynamaya aday olduğunu göstermektedir.

5.1. İngiltere’de İslami Finansın Tarihsel Gelişimi

İngiltere’deki İslami finans faaliyetlerinin tarihsel gelişimi şöyledir:

- 1980’li yıllarda ülkedeki ilk İslami finans faaliyetleri, Körfez İşbirliği Konseyi (KİK) ülkelerinde yerleşik İslami bankaların, likidite yönetimi işlemleri için fiziksel varlık desteği olarak Londra Metal Borsası’na (LME) üye firmalar tarafından sağlanan metalleri kullanmaları ile başlamıştır (Wilson, 2008).
- 1982 yılında Dar Al-Maal Al-Islami Trust (DMI), Lüksemburg Yatırım Şirketi ve Lüksemburg Tekafül Şirketi’ne fon sağlamak üzere Londra’da bir ofis açmış ve bir yıl sonra İngiliz Müslümanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere Takafül UK Limited’i kurmuştur (Belouafi & Chachi, 2014).
- 1983 yılında ilk tam gelişmiş İslami ticari bankasına olan Al-Baraka Bank İngiltere’de faaliyete başlamıştır (TheCityUK, 2019).
- 1986 yılında İngiliz yatırım bankası Kleinwort Benson tarafından Körfez Ülkelerinden fon çekmek amacıyla ilk İslami fon başlatıldı.
- 1995 yılında Loughborough Üniversitesi, İslami bankacılık ve finans öğretimini Master düzeyinde kabul eden ve benimseyen ilk batı üniversitesi oldu (Belouafi & Chachi, 2014).

- 2003 yılında İslami finansın vergi ve diğer hukuki alanlarında düzenlemeler yaparak mevzuatını İslami finansa uygun hale getiren ilk Avrupa Birliği üyesi olmuştur.
- 2003 yılında İngiliz Hükümeti tarafından “İngiltere İslami Finans Sekreterliği” kurulmuştur. Bu kurumun görevi, İslami finansa ilişkin İngiliz hukuk sistemini uyumlu hale getirmek ve İslami finansal araçların bilinirliğini arttırarak, sektörün ulusal ve uluslararası profilini geliştirmektir (Belouafi & Chachi, 2014).
- 2003 yılında, İngiltere merkezli HSBC Bank bünyesinde İslami bankacılık bölümü faaliyete başlamıştır.
- 2004 yılında HSBC Amanah birimi (Malezya) ve bünyesinde merkezi Şer’i danışma kurulu oluşturulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk hazine sukuk ihracına ilişkin fetva onayının da alındığı HSBC Amanah Şer’i danışma kurulu, dünya çapında pek çok kurumsal ve hazine ihraçlarına sukuk fetva onayı vermektedir (İşte Finans, 2012).
- 2005 yılında İngiltere’nin ilk sukuk ihracı Lloyds TSB tarafından gerçekleştirilen, 261 milyon dolarlık muşaraka sukuk ihracı olmuştur. Bu ihraç, aynı zamanda Avrupa genelindeki ilk özel sektör sukuk ihracıdır.
- 2006 yılından itibaren İslami finansal araçlar, Londra Borsası’nda uluslararası düzeyde işlem görmeye başlamıştır. Borsanın derinliği ve genişliği, İslami finansal araçlara geniş bir yatırımcı havuzuna ve ikincil piyasaya likiditesine erişim imkânı sunmaktadır.
- 2013 yılında Londra Borsası “İslami Finans Piyasası Endeksini” başlatmıştır.
- 2014 yılında İngiltere, 200 milyon sterlinlik İcara sukuk türünde ilk hazine sukuk ihracını gerçekleştirmiştir. Bu ihraç, İngiltere sukuk piyasasının dönüm noktası olarak değerlendirilmiş ve sonrasında ihraçlar hız kazanmıştır (TheCityUK, 2019).

5.2. İngiltere’de İslami Finansın Hukuki Altyapısı

İslami finansal araçların gelişebilmesi için uygun hukuki altyapının varlığı son derece önemlidir. İslami finansal araçlar arasında en hızlı büyüyen varlık sınıfı olarak dikkat çeken Sukuk’ta ihraca konu olan varlığın sukuk yatırımcısına devredilmesi ve sonrasında bir sözleşme ile varlığın kullanım hakkının ihraççı kuruma verilmesi gerekmektedir. Bu durumda söz konusu varlığa ilişkin yararlanma hakkı veren mülkiyet ve yasal mülkiyet söz konusu olmaktadır.

Türk Hukuk’unun da dâhil olduğu Medeni hukuk sisteminde ve İslam hukuku ile birlikte Medeni hukukun uygulandığı Körfez ülkelerinde, varlık üzerinde tek bir mülkiyet hakkı tanınmakta ve “*yararlanma hakkı veren mülkiyet*” hakkı tanınmamaktadır. Bu durumun yarattığı mülkiyet sorunun üstesinde gelinebilmesi için varlık kiralama şirketleri (VKŞ) kurulmuştur. Böylece söz konusu varlık, VKŞ’ye devredilerek varlığın yatırımcıya devri şartı sağlanmış

olmaktadır. Oysa aralarında İngiltere'nin de olduğu Anglo-Sakson ülkelerinde uygulanmakta olan Ortak Hukuk (common-law) sisteminde yararlanma hakkı veren mülkiyet de dâhil varlıkların iki hukuki sahibi bulunabilmektedir.

Ortak hukuk sisteminde varlıkların mülkiyetine ilişkin trust hukuku uygulanabilmektedir. Trust hukuku, taraflar arasındaki güven ilişkisini esas alarak, hem varlıktan yarar sağlayan tarafın haklarını koruyacak hem de varlığı yönetecek tarafın tasarruf yetkisini geniş ölçüde gözetecek bir sistemdir.

Trust, mülkiyet hakkının bölünebilirliği esasına dayanmaktadır. Varlığa ilişkin yasal mülkiyeti elinde bulunduran taraf ile varlıktan yararlanma hakkını elinde bulunduran tarafın ayrı kişiler olduğu bir sistem öngörmektedir. Trust hukukunda özel bir amaca yönelik olarak bir varlığın, malın veya sermayenin iki ayrı hukuki sahibi bulunabilmektedir: (1) Varlığa ilişkin yararlanma hakkını bulunduran “*Yararlanıcı*” (*beneficiary*), (2) Varlığı yönetme ve idare etme hakkını bulunduran, yasal malik “*Yediemin/ Güvenilen*” (*trustee*).

Yediemin, varlığı devralan gerçek veya tüzel kişi olarak, varlığın korunmasını sağlamakla ve yararlanıcının çıkarları doğrultusunda hareket etmekle yükümlüdür (Harrison, 2001: 11). Yedieminin, trust sözleşmesinin amacına aykırı davranması veya varlığı korumak üzere gerekli özeni göstermemesi halinde, yararlanıcının bu duruma karşı çıkma imkânı bulunmamaktadır. Ancak Hakkaniyet Hukuk'una (Equity Law) göre yararlanıcının şahsi bir dava açarak zararını talep etme hakkı bulunmaktadır. Yararlanıcıların şirket yönetiminde oy hakkı da bulunmamakta ve yalnızca trust sözleşmesinde belirtilmesi kaydıyla bazı konularda karar alınması için genel kurulda irade belirtmeleri mümkün olabilmektedir (Çetin, 2021b).

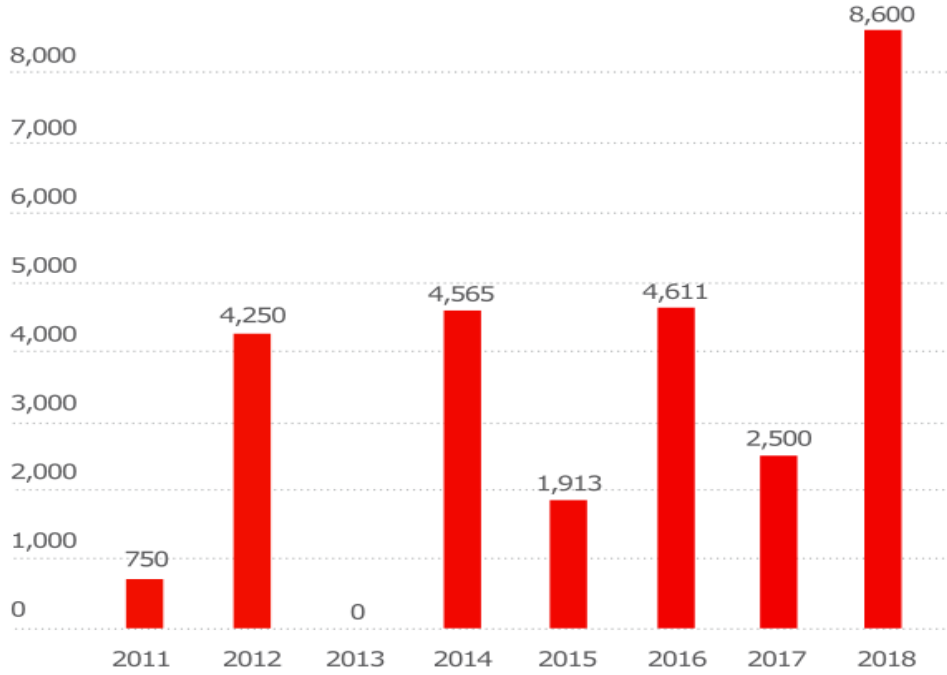
Bu sistem sayesinde ortak hukuk sisteminin uygulandığı ülkelerde sukuk ihraçları için uygun hukuki altyapı sunulmuş olmakta ve sistemin İslami finansal araçlara uygun hale getirilmesi için çok fazla değişikliğe ihtiyaç duyulmamaktadır.

5.3. İngiltere’de İslami Bankacılık ve Sukuk Piyasaları

Batı'daki ilk İslami banka Lüksemburg'da kurulmuş olmasına rağmen, İngiltere İslami finansın Avrupa'ya giriş kapısı olmuştur. Gerekli yasal ve organizasyonel altyapıyı kurarak İslami bankacılık faaliyetlerini teşvik etmiş ve Avrupa'da en çok İslami bankaya ev sahipliği yapan ülke olmuştur. İngiltere’de beş tam şeriat uyumlu banka bulunmaktadır. Bu rakam, batı ülkeleri arasında en çok tam şeriat uyumlu banka sayısıdır. Bunlar kuruluş yılı sırasıyla; Bank of London and The Middle East (2007), Gatehouse Bank (2008), Qatar Islamic Bank UK (2008), Abu Dhabi Islamic Bank (2013)'dir. Ayrıca, 16 konvansiyonel bankada İslami finansal hizmetler

sunulmaktadır (Belouafi & Chachi, 2014; TheCityUK, 2019). İslami bankacılık faaliyetlerinin İngiltere’deki toplam hacmi 2019 yılı itibariyle yaklaşık 5,5 milyar dolardır (TheCityUK, 2019).

İslami bankacılık faaliyetlerinin yanı sıra İngiltere 2014 yılında gerçekleştirdiği ilk sukuk ihracı ile de dikkat çekmektedir. 2019 itibariyle, Londra borsasında 72 uluslararası sukuk ihracı ile 53 milyar doların üzerinde fon sağlanmıştır (TheCityUK, 2019). 2011-2018 yıllarına ilişkin İngiltere sukuk ihraç verileri Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2. İngiltere Sukuk ihraçları (2011-2018), Milyon USD

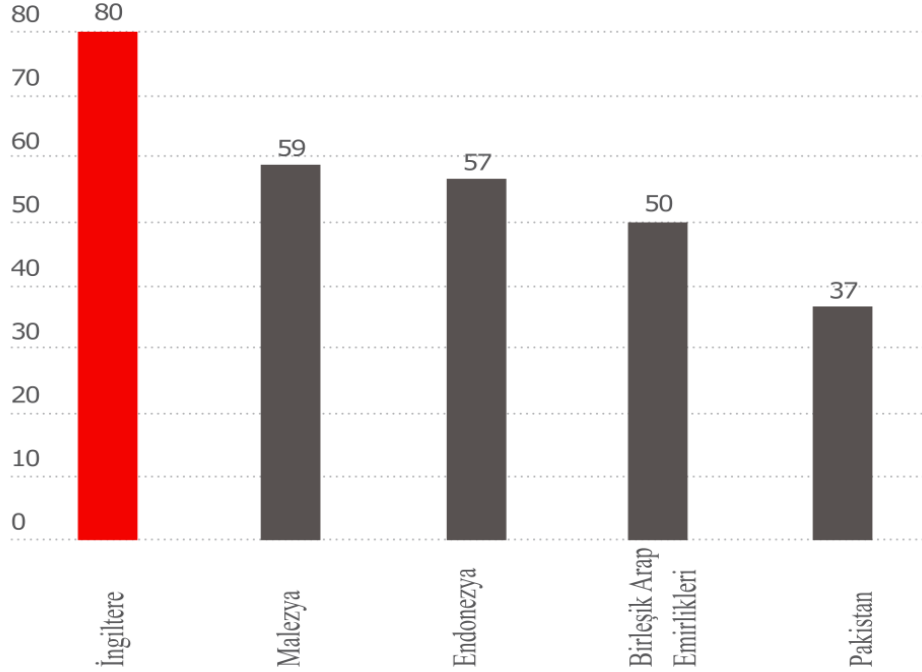
Kaynak: TheCityUK, (2019). Global Trends in Islamic Finance and the UK Market, London, UK

Londra borsası verilerine göre, 2018 yılında 8,6 milyar dolar değerinde sukuk ihracı yapılmıştır. Her ne kadar sukuk ihraçlarının yıllara göre dağılımı dalgalanma gösterse de, Avrupa ülkesinde yapılan bu ihraçlar küresel anlamda sukukun yalnızca Müslüman ülkelerde değil, gayrimüslim ülkelerde de yükseliş eğiliminde olduğunu göstermektedir.

5.4. İngiltere’de İslami Finans Eğitimi

İngiltere, diploma ve sertifika programları ile büyüyen küresel İslami finans pazarında akademik ve profesyonel eğitim programlarında en ön sırada yer almaktadırlar. İngiltere’de İslami finans ve bankacılık eğitimlerinin 40 yıllık geçmişi bulunmaktadır. 1981’de Leicester Üniversitesi bünyesinde ilk “Uluslararası İslam Ekonomisi Kurumu”, 1985 yılında ise Oxford Üniversitesi’nde “*Oxford İslami Eğitimler Merkezi (Oxford Centre for Islamic Studies)*” kurulmuştur. Merkez bünyesinde İslami finans ile ilgili eğitim, seminer ve konferanslar düzenlenmekte, bilimsel araştırmalar yapılmakta, lisansüstü eğitim ve araştırma bursları

verilmektedir. Loughborough Üniversitesi 1995 yılında İngiltere İslam Vakfı ile koordineli olarak “İslami Bankacılık ve Finans Eğitimi” programını yüksek lisans düzeyinde açan ilk batı üniversitesi olmuştur (Belouafi & Chachi, 2014). Dünyada en çok İslami finans eğitim kurumuna sahip beş ülkeye ait veriler Şekil 3’te sunulmaktadır.



Şekil 3. İslami Finans eğitim programları, 2019

Kaynak: TheCityUK, (2019). Global Trends in Islamic Finance and the UK Market, London, UK

Şekil 3’e göre, İngiltere İslami finans eğitiminde, İslami finans alanında dünya lideri kabul edilen Malezya’nın çok önündedir. 2017 yılı itibariyle Malezya’da 59 kurum ve üniversitede profesyonel düzeyde İslami finans programı yürütülürken, İngiltere’de 80 program yürütülmektedir. İngiltere’de bu rakamın 2020 yılı itibariyle 90’ın üzerinde olduğu öngörülmektedir (TheCityUK, 2020)³.

³ Türkiye’de 2022 yılı itibariyle 10 yüksek lisans programı, 6 doktora programı ve 2 lisans düzeyinde olmak üzere toplam 18 İslami finans programı bulunmaktadır. *Lisans Programı:* İstanbul Sabahattin Zaim Ünv., KTO Karatay Ünv.; *Yüksek Lisans Programı:* Marmara Ünv., İstanbul Ünv., İstanbul Sabahattin Zaim Ünv., İstanbul Medeniyet Ünv., Necmettin Erbakan Ünv., Şehir Ünv., Ankara Sosyal Bilimler Ünv., Sakarya Ünv., KTO Karatay Ünv., Sakarya Ünv.; *Doktora Programı:* İstanbul Ünv., İstanbul Sabahattin Zaim Ünv., Medeniyet Ünv., Sakarya Ünv. tarafından yürütülmektedir.

5.5. İngiltere’de İslami Finansın Karşılaştığı Zorluklar

Gayrimüslim ülkeler arasında İslami finansın gelişimi açısından en uygun zeminin sunulduğu ülke İngiltere’dir. Her ne kadar İslami finansın toplam hacmi artmaya devam etse de, İslami finansın İngiltere’deki gelişiminin önünde bazı zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklar kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- Mevcut Başbakan Boris Johnson’ın İslam karşıtı tutumu
- Özel finansal kuruluşlarının İslami finansa ilgilerinin azalması
- İslami sermaye piyasası araçlarına ilişkin yapısal sorunlar (standardizasyon eksikliği, şer’i danışma kurullarına ilişkin sorunlar)
- 2008 küresel ekonomik kriz sonrası inovasyon eksikliği
- 2020 pandemisinin yol açtığı ekonomik daralma

6. AMERİKA’DA İSLAMİ FİNANS

Dünyanın en büyük finansal piyasalarından biri olan Amerika’da 3,45 milyon Müslümanın yaşadığı tahmin edilmektedir. Amerika’da İslami finansın toplam hacmi yaklaşık 5 milyar \$ (2019) olup, bir tam şeriat uyumlu banka (University Islamic Financial) ve 25 İslami finans kuruluşu faaliyet göstermektedir.

6.1. Amerika’da İslami Finansın Tarihsel Gelişimi

Amerika’da İslami finansın tarihi, 1980’lerin ortalarında Kuzey Amerika İslami Vakfı’nın iki üyesi olan Yaqub Mirza ve Bassam Osman’ın, Amana yatırım fonlarını ilk kez Indianapolis’de piyasaya sürmesiyle başlamıştır. Hizmetleri yatırım ve konut finansmanı ile sınırlı olup, yalnızca bölgesel olarak faaliyet göstermekteydiler. 1990’ların sonlarında, Amerika’nın ilk İslami bankası United Bank of Kuwait’in New York şubesi açılmıştır.

1999 yılında Amerika merkezli Dow Jones, İslami yatırım fonlarının performans ölçütü olarak kullanılan ilk uluslararası İslami piyasa endeksi olan “Dow Jones İslami Piyasa Endeksi”ni yayınlamıştır (Alharbi, 2016). Daha sonra Standard and Poor’s, Financial Times Stock Exchange ve Morgan Stanley Capital International da İslami finans endeksleri yayınlamıştır. 2001 yılında Lariba Bank, küçük işletme ve konut finansmanı sağlamak üzere İslami ilkelere uygun fon arz etmiştir.

2006 yılında ise Dow Jones Sukuk endeksini yayınlamaya başlamıştır. Endeks, tüm dünyada sukuk yatırımlarına ilişkin önemli bir gösterge olarak kabul görmektedir. Amerika’da günümüze kadar iki büyük sukuk ihracı gerçekleştirilmiştir. Bunlar; 2006 yılında Petrol ve gaz varlıklarını dayanak varlık olarak gösteren East Cameron sukuku ve 2014 yılında uçak kiralama

gelirlerine dayalı General Electric sukukudur (Çetin, 2021b). East Cameron sukuku iflas etmiştir, ancak General Electric sukuku iyi performans göstermektedir.

2020 yılsonu itibariyle Amerika'da faaliyette olan 25 İslami finans kurumu bulunmaktadır ve bunların varlık büyüklüğüne göre ilk üçü American Islamic Finance House, University Bank ve Harvard Islamic Finance Project'tir. University Bank'ın bir yan kuruluşu olan University Islamic Financial, ABD'deki ilk ve tek tam şeriat uyumlu bankadır. 2013 yılında JP Morgan, İslami bankacılık hizmetleri sunmaya başlamış, bunu Standard Chartered Bank gibi yatırım bankaları takip etmiştir.

- Amerika'da İslami finans alanında yaşanan ilkler şunlardır:
- 1990 yılında, ilk İslami banka - United Bank of Kuwait faaliyetlerine başladı.
- 1995 yılında, ilk İslami finans araştırma merkezi - Harvard Islamic Finance Project kuruldu
- 1999 yılında, ilk uluslararası İslami piyasa endeksi- Dow Jones Islamic Market Index başlatıldı.
- 2001 yılında, ilk İslami fon – Lariba Finance kuruldu.
- 2006 yılında, ilk sukuk ihracı- East Cameron gerçekleştirildi.
- 2006 yılında, ilk uluslararası sukuk endeksi-Dow Jones Sukuk Index başlatıldı.
- 2013 yılında, JP Morgan İslami bankacılık faaliyetlerine başladı.

6.2. Amerika'da İslami Finansın Karşılaştığı Zorluklar

11 Eylül saldırıları sonrasında, Amerika'da İslam yaşanan artış ve ülkede faaliyet gösteren İslami finansal kuruluşların İslami terör örgütlerini finanse ettiğine dair iddialar (ki bu iddialar kanıtlanamamıştır), İslami finansın gelişimine büyük bir sekte vurmuştur. Bunun yanı sıra İslami gereklilikler, İslami finansın Amerika'da yaygınlaşmasını zorlaştırmıştır. Amerikalı yatırımcılar şeriat uyumlu ürünlere hala aşina olmadıklarından, İslami finansal ürünler için ikincil piyasa yeterince gelişmemiştir. Bu durum, İslami ipotek kredisi verenlerin likit kalmakta güçlük çekmesi yol açmaktadır. Sırasıyla 2001 ve 2003 yıllarından başlayarak, Amerikan mortgage kuruluşları Freddie Mac ve Fannie Mae, İslami finans piyasasında likidite sağlamak için bir milyar dolardan fazla İslami ipotek ürünleri satın almış ve böylece, Amerika'da İslami ipoteklerin ana yatırımcıları haline gelmişlerdir (Alharbi, 2016).

Amerika'da anayasanın bir dine özel ayrıcalık tanınmamasına ilişkin yasaklayıcı hükümleri gereği, İslami finansa özgü yasal mevzuat bulunmamaktadır. Ancak bu durum İslami finansal kurumların kuruluşuna veya faaliyetlerine herhangi bir engel teşkil etmemektedir.

Geleneksel Amerikan finans kurumları için geçerli olan katı lisanslama ve denetim standartları, İslami finans hizmetleri sunan finans kurumları için de geçerlidir. Bu nedenle, İslami finans kurumları, kurumsal yönetim, bankacılık ve sigorta faaliyetlerini düzenleyen eyalet ve federal yasalara tabi, devlet tarafından yetkilendirilmiş kuruluşlar olarak faaliyet göstermektedir (Güçlü & Kılıç, 2019).

Amerika'daki İslami finans hizmet sağlayıcılarının karşılaştığı temel zorluk, hem şeriat hem de geçerli eyalet ve federal bankacılık düzenlemelerine uygun ürünler sunmaktır. Ancak, geleneksel bankacılık düzenlemesinden farklı olarak, Amerika'da İslami finans düzenlemeleri piyasa odaklıdır. Yani, federal ve eyalet otoriteleri, İslami finansal ürünler sunmak isteyen uluslararası finans kuruluşlarından gelen başvurulara ve sorulara, duruma göre yanıt vermektedir. Sonuç olarak, Amerika'da şeriat uyumlu bir banka (University Islamic Financial), yasaların belirlediği yeni finansal ürünler veya hizmetler sunma kriterlerini ve kredibilite gereksinimlerini karşılamalıdır. Amerika'da İslami finans sisteminin gelişebilmesi için yasal altyapının İslami finansın temel ilke ve kurallarıyla uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir (Dajani, 2020).

Amerika'da İslami finansın karşılaştığı zorluklar kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- 11 Eylül saldırıları sonrası artan İslam karşıtlığı
- Yetersiz ikincil piyasa talebi
- Ayrımcılık karşıtı yasalar gereği İslami finansa özel hukuki düzenleme yapılamaması
- Bankaların sadece sabit getirili ve faizli menkul kıymetlere yatırım yapabilmesi
- Bankaların faiz oranı yüzdelerini açıklama zorunluluğu
- İslami finans kuruluşlarının hem geleneksel finans kuruluşlarına ilişkin şartları (sermaye yeterliliği, şeffaflık ilkesi vb.) hem de İslami finansa uygun şartları sağlamak zorunda olması
- Raporlama ve muhasebeleştirme zorlukları
- İslami finans kuruluşlarının hem geleneksel finans kuruluşlarına (sermaye yeterliliği, şeffaflık ilkesi vb.) hem de İslami finansa ilişkin şartları sağlamak zorunda olması
- İhraç süreçlerindeki standardizasyon eksikliği
- Vergilendirme zorlukları

7. KANADA'DA İSLAMİ FİNANS

Kanada'da, 2020 yılı itibariyle yaklaşık 1,5 milyon Müslüman yaşamaktadır. Bu da Müslümanları toplam nüfusun %4'ü ile ülkedeki en büyük ikinci din haline getirmektedir. Genel olarak, önümüzdeki on yılda Kanadalı Müslümanların sayısının iki katına çıkacağı tahmin

edilmektedir. Ayrıca, Kanada'daki Müslüman topluluk, genç nüfus olduğundan, ipotek, araba, konut, sigorta, kredi kartları ve tüketici kredileri için büyük bir potansiyele sahiptir. Kanada'nın küresel rekabet gücü ve iş yapma kolaylığı, AAA kredi notu, güçlü risk yönetim mekanizmalarına sahip iyi denetlenen finansal piyasası, sağlam bir bankacılık sistemi ve birçok İslami finansal ürünle uyumlu finansal sistemi ile bir araya geldiğinde, İslami finans sektörü için uygun bir altyapı sunmaktadır.

Kanada'da United Muslim Financial, Habib Canadian Bank, Al-Ittihad Investment gibi çok sayıda İslami finans kurumu bulunmaktadır. 2006 yılında Anwar Global Properties Inc. Ortadoğulu yatırımcıları hedefleyen 498,1 milyon CAD\$ değerinde ilk icara sukuku ihraç etmiştir. Toronto'yu küresel bir finans merkezine dönüştürmek isteyen bir kamu-özel kuruluşu olan Toronto Financial Services Alliance'a göre, Kanada bankacılık sektörü 2020 yılı itibariyle yaklaşık 18 milyar dolar değerinde Şeriat uyumlu ipoteğe sahiptir. Ayrıca, Kanada hem İslami hem de çevresel ve sosyal açıdan sorumlu yatırımların bir kombinasyonunu kullanarak uluslararası sukuk ihraç ederek (SRI ve yeşil sukuk vb.), yerel altyapı yatırımında 130 milyar dolarlık bir hacim yaratacak potansiyel taşımaktadır (Maierbrugger, 2020).

Kanada'da İslami finans sektörünün gelişmesinin muhtemel olduğu bir diğer alan da tekafül hizmetleridir. Manulife Financial ve Sun Life Financial gibi büyük sigorta şirketleri, Malezya ve Endonezya'da açtıkları tekafül bazlı sigorta iştiraklerinden deneyim kazanmakta ve İslami sigorta ürünleri geliştirmektedir. Özetle, gelecekte önemli ölçüde artacak olan Müslüman bir nüfusa sahip Kanada, İngiltere'nin izinden gitmekte ve yabancı yatırımcıların artan ilgisiyle birlikte İslami finans için Batılı bir merkez haline gelmektedir (Maierbrugger, 2020). Ancak, Kanada'da İslami finansın gelişebilmesi için, İslami finansla yönelik bilinirliğin artırılması ve uzman insan kaynağının yetiştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Kanada'da İslami finansın karşılaştığı zorluklar kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- İslami finansal ürünlerin bilinirliğinin az olması
- İkincil piyasa ve likiditenin yetersiz olması
- Uzman insan kaynağının yetersiz olması
- İslami lobcilik faaliyetlerinin zayıf olması
- Şer'i danışma kurulları ve standardizasyon eksikliği
- Raporlama ve muhasebeleştirme zorlukları

8. LÜKSEMBURG'DA İSLAMİ FİNANS

Avrupa'da İslami finans, İngiltere'den çok önce Lüksemburg'da başlamıştır. Lüksemburg, Avrupa'da ve hatta dünyada İslami finansa ilişkin pek çok ilke imza atmıştır. Lüksemburg'da, 111 İslami fon ve borsada işlem gören 16'dan fazla sukuk bulunmaktadır (Bataineh, 2010). 2015 yılına kadar Lüksemburg, 5 milyar Euro'dan fazla İslami varlığı yönetmiştir.

Ülkede İslami finansın gelişim süreci şöyledir:

- 1978 yılında, Batılı ülkelerdeki ilk İslami finans kurumu olan Islamic Finance House Universal Holding S.A, ülkede faaliyet göstermek üzere lisans almıştır (Abdul Rahman, 2007).
- 1983 yılında, Avrupa'daki ilk İslami sigorta şirketi, Bahreyn'li Solidarity Group tarafından Lüksemburg'da kurulmuştur (Collier, 2008).
- 2002 yılında Lüksemburg borsası, Avrupa'da sukuk ihraçlarını listeleyen ilk borsa olmuştur. Hükümet ve birçok finans kurumu İslami finansı teşvik etmeye yönelik girişimleri desteklemektedir.
- 2004 yılında menkul kıymetleştirmeye ilişkin Lüksemburg Kanunu, sukuk ihracına izin verecek şekilde revize edilmiştir.
- 2009 yılında Lüksemburg Merkez Bankası (LCB), İslami Finansal Hizmetler Kurulu'na (IFSB) katılan ilk Avrupa merkez bankası olmuştur.
- 2010 yılında, Lüksemburg Vergi Dairesi, bazı İslami finansal ürünlerin doğrudan ve dolaylı vergi uygulamalarına açıklık getirmiştir. Konvansiyonel ve İslami fonların herhangi bir üye devletten alınan tek bir yetkiye dayanarak serbestçe hareket etmesine izin veren düzenlemeyi kabul eden ilk Avrupa ülkesi olmuştur.
- 2010 yılında Lüksemburg Merkez Bankası, Uluslararası İslami Likidite Yönetim Kurumu'nun kurucu üyesi olarak, 2014 yılında Euro cinsinden ilk hazine sukukunu ihraç etmiştir.

Lüksemburg'un İslami finans açısından sunduğu önemli kolaylıklar bulunmaktadır.

Bunlar kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- İş yapma kolaylığı
- Vergilendirme avantajları
- Düşük bürokrasi
- İslami finansa uygun hukuki altyapı

- Hükümetin destekleyici tavrı (vergi teşviki vs.)

Sunulan kolaylıkların yanı sıra İslami finansın Lüksemburg'daki gelişiminin önünde bazı zorluklar da bulunmaktadır. Bunlar kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- Müslüman nüfusun az olması
- İkincil piyasanın yetersiz olması
- İslami finansal araçların bilinirliğinin az olması
- Uzman insan kaynağı yetersiz olması
- Yapısal yetersizlikler (şer'i danışma kurulu ve standardizasyon eksikliği gibi)

9. SONUÇ VE ÖNERİLER

İslami finans, adalet ve etik değerler çerçevesinde ticari ve finansal bir sistem inşa etmeyi hedeflemektedir. Bu hedef aynı zamanda, tüm dünyada etkisini her geçen gün daha fazla hissettiren gelir adaletsizliğinin önlenmesi için reel ekonomiyi desteklemektedir. İslami finansın temel ilkeleri aşırı riskli, yüksek kaldıraçlı spekülasyon işlemlere ve faizli borç kullanımına engel olduğundan, İslami finansal araçlar kriz ortamlarında konvansiyonel araçlara göre çok daha iyi performans göstermektedir. Bu durum, İslami finansın son yıllarda bankacılık ve sermaye piyasalarında çarpıcı bir şekilde büyümesine ve gayrimüslim ülkelerin daha istikralı olan İslami finans piyasalarıyla ilgilenmelerine yol açmıştır.

Çalışma, İslami finansın hukuki altyapısı ve kültürü tamamen farklı olmasına rağmen gayrimüslim ülkelerdeki gelişimine ve potansiyeline odaklanmaktadır. İngiltere, bu ülkeler arasında İslami finansın en gelişmiş olduğu ülke olarak dikkat çekmektedir. İngiltere'de uygulanmakta olan ortak hukuk sistemi, İslami finansal araçların yapılandırılmasında uygulanan "yararlanma hakkı veren mülkiyet kavramını" yasal olarak tanıdığından özellikle sukuk ihraçları açısından oldukça uygun bir mevzuat çerçevesi sunmaktadır. Diğer bir deyişle İngiltere ve ortak hukuk sisteminin uygulandığı Anglo-Sakson ülkelerde, İslami finansla ilişkin yasal düzenlemelerin yapılması çok daha kolay olmaktadır (Çetin, 2021b). Bunun yansısı İngiliz hükümeti, batılı ülkeler arasında İslami finans merkezi olma konusundaki kararlılığını, yaptıkları yasal altyapı çalışmaları ve sukuk ihraçlarıyla göstermiştir.

İngiltere, bir yandan en çok tam şeriat uyumlu bankaya ev sahipliği yaparken diğer yandan 80'den fazla programla İslami finans eğitiminin merkezi konumundadır. Bu rakam, İslami finansın merkezi kabul edilen Malezya'daki eğitim programlarından dahi fazladır. İngiltere merkezli HSBC'nin Amanah'ta bulunan şer'i danışma kurulu, Türkiye'nin hazine sukuk ihraçları için fetva verecek düzeye ulaşmıştır.

İngiltere kadar olmasa da Amerika'daki İslami finansal faaliyetler de gelişim göstermektedir. Özellikle Amerika'daki İslami fon piyasası son yıllarda dikkat çekici bir şekilde büyümektedir. Lüksemburg, Avrupa'da ilk İslami bankanın kuruluşunu onaylamış ve Bahreyn hazinesinin sukuk ihraçlarını borsasına kote ederek, Batılı ülkeler arasında pek çok ilke imza atmıştır. Kanada yasal altyapısını İslami finansa uygun hale getirerek, Körfez ülkelerinin ve petrol zengini Arap ülkelerinin fonlarını kendi ülkelerine çekmeye aday olmuştur.

Gayrimüslim ülkeler arasında İslami finans açısından:

- En gelişmiş ülke İngiltere
- En çok zorluk içeren ülke Amerika
- En büyük potansiyel sahip ülke Kanada
- En çok hükümet desteği olan ülke Lüksemburg

Gayrimüslim ülkeler, İslami finans açısından henüz çok küçük ve az gelişmiş piyasalar olduğundan, pek çok zorlukla mücadele edilmesi gerekmektedir. Bu zorlukların bir kısmı Müslüman ülke piyasaları için de geçerli iken, bir kısmı tamamen gayrimüslim ülkelere özgüdür. İslami finansal araçların ihraç sürecindeki standardizasyon eksikliği, şer'i danışma kurullarının yetersizlikleri, vergilendirme, raporlama, muhasebeleştirme ve ikincil piyasa sorunları ortak zorluklardır. Bunlara ilave olarak, tamamen faizli kapitalist sistemin uygulandığı bu ülkelerde, faiz yasağı nedeniyle faizsiz borçlanma araçları konusunda düzenlemeler yapmak ayrıca zordur. Örneğin Amerika'da borçlanma araçları için raporlama gerekliliklerinde faiz oranının bildirilmesi zorunluluğu bulunmaktadır. Ayrıca, Amerikan anayasasının ayrımcılık karşıtı hükümleri, belli bir dine özgü yasal düzenleme yapılmasının karşısındaki en büyük engellerden birini oluşturmaktadır.

Gayrimüslim ülkelerde İslami finans alanında uzman düzeyinde yetişmiş insan kaynağının eksikliği ve İslami finansa özgü düzenleyici ve denetleyici kurum ve kuruluşların eksikliği de piyasanın gelişiminin önündeki engellerden bazılarıdır.

İslami finansın gayrimüslim ülkelerde gelişiminin önündeki ortak zorluklar:

- Standardizasyon eksikliği
- Şer'i danışma kurullarının yetersizlikleri
- Vergilendirme sorunları
- Raporlama, muhasebeleştirme
- İkincil piyasa yetersizliği
- İslami finansa özgü düzenleyici ve denetleyici kurum ve kuruluşların eksikliği

- Uzman insan kaynağı yetersizliğidir.

Bu engellerin üstesinden gelinmesinde, uluslararası standart koyucu ve düzenleyici İslami kuruluşlara önemli roller düşmektedir. Gayrimüslim ülkelerin yasalarını ve kurumlarını, özellikle borsalarını İslami finansal hizmetlere uygun hale getirerek yatırımcıların ikincil piyasaya erişimlerinin sağlanması, sektörün büyümesine ciddi bir ivme kazandıracaktır. Ayrıca, gayrimüslim ülkelerde İslami finansın gelişimini sağlamak adına son yıllarda artış gösteren İslamifobiye (İslam karşıtlığına) karşı kararlı ve sağlam bir mücadele sergilenmesi faydalı olabilir.

İslami finansın gayrimüslim ülkelerde gelişiminin sağlanmasına yönelik öneriler

- Uluslararası standart koyucu ve düzenleyici İslami kuruluşların gayrimüslim ülkelere yönelik faaliyetleri artırılmalı
- İslam karşıtlığına karşı Müslüman lobcilik faaliyetleri artırılmalı
- İslami finansal araçların bilinirliği sempozyum, kongre ve tanıtım faaliyetleri aracılığıyla artırılmalı
- İslam enstitüleri kurulmalı
- İslami finans alanında uzman insan kaynağının yetiştirilebilmesi için İslami finans eğitimi artırılmalı (gayrimüslim ülkelere yönelik burs ve araştırma fonları)
- İslami finansa uygun hukuki altyapı düzenlenebilmesi için uluslararası düzeyde etkin iletişim sağlanmalı

KAYNAKÇA

Abdul Rahman, A. R. (2007). Islamic Microfinance: A missing component in islamic banking. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 1(2), 38–53. <https://doi.org/10.14989/70892>

Aldarabseh, W. M. (2019). How popular is Islamic finance in the USA? findings from google trends. *International Journal of Finance & Banking Studies (2147-4486)*, 8(3), 58–65.

Alharbi, A. (2016). Development of Islamic finance in Europe and North America: opportunities and challenges. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2(3), 109–136.

Bataineh, S. (2010). The Islamic finance industry in Luxembourg: Advantages, opportunities and challenges. *IFC Review*.

Belouafi, A., & Chachi, A. (2014). Islamic finance in the United Kingdom: Factors behind its development and growth. *Islamic Economic Studies*, 130(1155), 1–42.

Biancone, P. Pietro., & Shakhathreh, M. Z. (2015). Using Islamic Finance for infrastructure Projects in non-muslim countries. *European Journal of Islamic Finance*, 2.

CIIF. (2021). Global Islamic Finance Report 2021. *Cambridge Institute of Islamic Finance (CIIF) & Ajman University*. <http://www.gifr.net/>

Collier, P. (2008). The bottom billion: why the poorest countries are failing and what can be done about it. *Oxford University Press*.

Çetin, D. T. (2021a). Çevre dostu proje finansmanında İslami sermaye piyasası aracı olarak yeşil sukuk. V. Yılmaz (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Ekonomi-Politik Yazılar* (1. bs.). İksad

Publishing House.

Çetin, D. T. (2021b). *İslami finans sisteminde Sukuk* (1. bs). Gazi Kitabevi.

Çetin, D. T. (2021c). İslami finansın temel ilkesi faiz yasağı: Faizin tarihçesi ve ilahi dinlerde faiz. M. Sarioğlan & F. Sansar (Eds.), *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler* (s. 115–142). Livre De Lyon.

Dajani, M. E. (2020). The Islamic Finance and Markets Review: United States. In *The Islamic Finance and Markets Law Review: U.S.*, 5th Edition. Law Business Research Ltd, 133–142.

Demirdöğen, Y. (2020). Avrupa'daki İslami fintek ekosisteminin analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(4), 469–481.

Güçlü, F., & Kılıç, M. (2019). İslami finansın Türkiye, ABD, İngiltere ve Malezya'da gelişimi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 271–293.

Habib, S. F. (2018). *Fundamentals of Islamic finance and Banking*. John Wiley & Sons.

Hassan Farah, Z. (2019). Islamic Finance: Growth of Islamic finance in the United Kingdom. *CFA Institute Magazine*, 16(2), 20.

IFSB. (2021). Islamic Financial Services Industry Stability Report 2021. Islamic Financial Services Board. <https://www.ifsb.org/sec03.php>

İşte Finans. (2012). HSBC uleması Türk sukukunu tescilledi. <http://www.istefinans.com/haber/HSBC-ulemasi-Turk-sukukunu-tescilledi/123436>

Khan, K. H. (2012). Discourses on Islamic banking and finance; A Review. *International Journal of Business and Management Tomorrow*, 2(6).

Langah, W. A. (2009). Islamic Banking in the UK: Challenges and Opportunities. *SSRN 1349170*.

Maierbrugger, A. (2020). Islamic finance making strides in Canada. *Gulf Times*. <https://www.gulf-times.com/story/655595/Islamic-finance-making-strides-in-Canada>

Masiukiewicz, P. (2017). Expansion of Islamic finance in Europe. *Journal of Intercultural Management*, 9(2), 31–51.

Öz, S., & Işık, M. A. (2019). İslami finans alanında tekaful sigortası: Türkiye İngiltere karşılaştırması. *TURAN: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 11(42), 415–425.

S&P Global. (2021). Islamic Finance Outlook: 2021 Edition. In *S&P Global Ratings*. https://www.spglobal.com/_assets/documents/ratings/research/islamic-finance-book-2021-edition.pdf

TheCityUK. (2019). *Global trends in Islamic finance and the UK Market*. TheCityUK; Throwers & Hamlins. <https://www.thecityuk.com/research/global-trends-in-islamic-finance-and-the-uk-market-2019/>

TheCityUK. (2020). *Key Facts About the UK as an International Financial Centre*. <https://www.thecityuk.com/research/key-facts-about-the-uk-as-an-international-financial-centre-2020/>

TKBB. (2020). Katılım bankaları sukuk ihraçları (2010-2019). <https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Katilim-Bankalari-2019.pdf>

Wilson, R. (2008). Innovation in the structuring of Islamic sukuk securities. *Humanomics*. <https://doi.org/10.1108/08288660810899340>

Zaman, H. (2020). Historical origins of sukuk. *International Journal of Sukuk and Waqf Research*, 1(1), 27–29.



İşyeri Nezaketsizliği: Kavramsal Bir İnceleme

Gamze ÖZCAN^{1*}

Geliş Tarihi/Received Date: 03.10.2022

Kabul Tarihi/Accepted Date: 21.10.2022

Derleme Makalesi/Review Article

ÖZET

Bu çalışmada işyeri nezaketsizliğinin tanımı yapılmış, kavramın farklı kavramlarla olan ilişkileri incelenmiş ve işyeri nezaketsizliğinin genel özellikleri hakkında bilgi verilmiştir. İşyeri nezaketsizliğinin gelişim süreci ve işyeri nezaketsizliğinin ortaya çıkmasında etkili olan faktörler incelenerek konuya bir bakış açısı kazandırılmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında işyerinde görülen nezaketsiz davranışlarla ilgili örnekler sunulmuş ve bu davranışların işletmeler açısından sonuçları ve önemi hakkında bilgiler de verilmiştir. Son olarak işyerinde nezaketsizlik konusuyla ilgili literatürde yer alan çalışmalardan bazıları ele alınmıştır. Kavramla ilgili sunulan bilgiler ve yöneticilerin işyeri nezaketsizliğini önlemelerini sağlayabilecek yöntemlerin incelenmesi bakımından, çalışmanın literatüre, yöneticilere ve konuyla ilgili yapılması olası gelecek çalışmalara katkı sağlaması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşyeri Nezaketsizliği, İşyeri Kabalığı, Olumsuz Davranışlar, İşyeri Nezaketsizliğinin Önlenmesi

¹ Doktora öğrencisi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0001-7005-4758

*Sorumlu yazar/Corresponding author,
E-mail/e-ileti: gaamzeozcan22@gmail.com

Workplace Incivility: A Conceptual Review

ABSTRACT

In this study, the definition of workplace incivility has been made, the relationship between the concept and different concepts has been examined and information has been given about the general characteristics of workplace incivility. The development process of workplace incivility and the factors that are effective in the emergence of workplace incivility are examined and a perspective is given to the subject. Within the scope of the study, examples of incivility in the workplace are presented and information about the consequences and importance of these behaviors for businesses is also given. Finally, some of the studies in the literature on the subject of incivility in the workplace are discussed. It is hoped that the study will contribute to the literature, managers and possible studies on the subject in terms of the information presented about the concept and the methods that can enable managers to prevent workplace incivility.

Keywords: Workplace Incivility, Workplace Rudeness, Negative Behaviors, Prevention of Workplace Incivility

1. GİRİŞ

Günümüzde hayat şartlarının zorlaşması ve çalışma hayatının yoğun bir hale gelmesi gibi faktörlere bağlı olarak birçok birey çalıştıkları ortamlarda nezaketsiz davranışlar sergileyebilmektedirler. Farklı özelliklere sahip ve farklı kültürlerden bir araya gelen kişilerden ve herbiri birbirinden farklı duygulara, düşüncelere ve algılamalara sahip işgörenlerden oluşan örgüt yapılarındaki etkileşim sürecinde bu tür hoş olmayan davranışların sergilenmesi bir bakıma doğal kabul edilebilmektedir. Ancak yine de kaba ve nezaketsiz davranışların sık ve yoğun olması işgörenler arasındaki ilişkilerin olumsuz etkilenmesine ve örgütün atmosferinin ve çalışma düzeninin bozulmasına neden olabilmektedir (Pearson & Porath, 2005). Dolayısıyla araştırmacılar ilgilerini, son yıllarda işgörenlerin psikolojilerine ve örgütün verimliliğine zarar veren anti-sosyal davranışlar üzerine yöneltmişlerdir. Söz konusu bu antisosyal davranışlardan biri de işyeri nezaketsizliğidir (Faheem & Mahmud, 2015). Bu olumsuz davranışların altında yatan birçok kişisel ve örgütsel faktörler bulunmaktadır. Yöneticilerin bu davranışlara yol açan faktörleri belirlemeleri ve önlemleri için gerekli adımları atmaları örgüt sağlığı açısından son derece önemlidir. Aksi takdirde işyeri nezaketsizliği kalıcı hale gelebilmekte, nezaketsizliğin hakim olduğu ortamda ise daha yıkıcı ve agresif davranışlar ortaya çıkabilmektedir. Konunun

önemi düşünüldüğünde bu çalışmada, işyeri nezaketsizliğinin kavramsal çerçevesi üzerinde durularak, işyeri nezaketsizliğinin anlaşılması, ortaya çıkış süreci, yönetilmesi ve engellenmesi ve konu hakkında yapılan geçmiş ve güncel çalışmaların incelenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

2. İŞYERİ NEZAKETSİZLİĞİ

2.1. İşyeri Nezaketsizliğinin Tanımı ve Özellikleri

İşyeri nezaketsizliğinin (workplace incivility), literatüre kazandırılmasında ve olumsuz işyeri davranışlarından biri olarak araştırılmasında etkili olan ilk teorik makale, Anderson ve Pearson tarafından, *Academy of Management Review*'de yayınlanmıştır. Anderson ve Pearson (1999), işyeri nezaketsizliğini, işyerlerinde karşılıklı saygı kurallarının ihlal edilmesiyle ortaya çıkan yoğunluğu düşük, amacı net olarak belli olmayan, ancak hedef kişiye zarar veren sapkın bir davranış olarak tanımlamışlardır. Ayrıca yazarlar işyeri nezaketsizliğini, örgütlere ve işgörenlere zarar verici davranışlar kapsamında üretkenlik karşıtı işyeri davranışları içinde yeni bir alan olarak ele almışlardır.

Literatür incelendiğinde daha sonra yapılan tanımların, Anderson ve Pearson'ın (1999) yapmış oldukları tanım çerçevesinde geliştirilen tanımlar olduklarını söylemek mümkündür. Zauderer (2002), işyeri nezaketsizliğini işgörenlerin itibarlarını ve özsaygılarını zayıflatan ve gereksiz sorunlar yaratan saygısız davranışlar olarak tanımlamıştır. Griffin (2010) işyeri nezaketsizliğini, negatif tutum ve davranışlar içerisinde üretkenlik karşıtı çalışma davranışları türlerine kıyasla daha zararsız ve çalışma ortamında çok sık karşılaşılan bir davranış türü olarak ele almıştır. Tarraf (2012) işyeri nezaketsizliğinin, açık ve gizli olmak üzere iki tür nezaketsiz davranış şekline ayrıldığını ileri sürmüştür. Açık nezaketsiz davranışlar, kolay bir şekilde farkedilebilen, tehdit etme, bağırma veya saldırıda bulunma gibi saygısız ve kaba davranışlardır; gizli nezaketsiz davranışlar ise toplantılara vaktinde gelmeme, başka insanların fikirlerini küçümseme veya bilgileri yanlış aktarma gibi davranışlardan oluşan, görünmez veya daha az görünen davranışlardır.

Literatürde işyeri nezaketsizliği kavramı farklı kavramlarla da ilişkilendirilmiştir. Mobbing, duygusal suistimal, taciz, mağdur etme, yıkıcı liderlik, işyeri travması, işi suistimal etme, işgöreni suistimal etme gibi kavramlar bu kavramlara örnek olarak gösterilebilir (Toker, 2010). Bunun yanında bazı çalışmalar işyeri nezaketsizliğini işyeri kabalığı olarak da ele almaktadır. Dolayısıyla literatürde bu iki kavramın aynı anlamda kullanıldığını söylemek mümkündür.

İşyeri nezaketsizliğinin, negatif davranış türleri arasında en profesyonel biçimde sergilenen, bireylerin görgü kurallarını bozmaya yönelik ve ahlaki aşınma düzeyini gösteren davranışları kapsadığı söylenebilir. Bunun yanında işyeri nezaketsizliğinin daha iyi anlaşılması ve olumsuz işyeri davranışları türlerinden ayırt edilmesini sağlayan, Anderson ve Pearson (1999)'ın da tanımında belirtilen, üç temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar; *işyeri normlarının ve saygının ihlal edilmesi, amacının belirsiz olması ve düşük yoğunlukta gerçekleşmesidir* (Anderson & Pearson, 1999; Tarraf, 2012). İşyeri normlarının amacı işyerindeki bireyler arasında karşılıklı saygının korunmasıdır. Etkileşimsel süreç sonunda oluşan bu normlar işletmeler için oldukça önemlidir. Bu normlar temel iş ahlaki standartları, işyeri gelenekleri ve kültürlerinden meydana gelmektedir. Bunun yanında işyerinde yazılı kurallarla oluşturulan örgütsel düzenlemelerle karşılaştırıldığında işyeri normları belgelenmemiştir ve nezaketsizlik de bu normların ihlalidir. Karşılıklı saygının bozulması nezaketsiz iş ortamlarının en açık belirtisidir. Nezaket dışı davranışlar, örgütün ve işgörenlerin uzlaşmalarını engeller ve aynı zamanda çalışma refahını bozar (Andersson & Pearson, 1999; Pearson vd., 2000).

İşyeri nezaketsizliğinin ayırt edici özelliklerinden bir diğeri de *amacının belirsiz olmasıdır*. Belirsizlik, nezaketsizce davranan kişinin, hedef veya tanıklar tarafından birine zarar verme amacının değerlendirilmesindeki yetersizliktir. Kişi, hedef kişiye zarar verme amacının sonucu olarak nezaketsiz davranmış olabildiği gibi, iş arkadaşları veya meslektaşları olmasını önemsemeden kendisine daha fazla fayda sağlayabilmesi amacıyla bilinçli bir hamle de yapmış olabilmektedir. Ayrıca kişi, zarar verme amacı olmadan dikkatsiz veya cahilce bir davranış sonucu da nezaket dışı davranabilir (Pearson vd., 2000). Bu davranışları sergileyen kişiler bazen, zarar vermek istemediklerini, sadece şaka yaptıklarını ve karşı taraftaki kişiye kişisel algılamaması gerektiğini söyleyerek savunmada bulunabilirler. Dolayısıyla kışkırtıcı taraf zarar verme amacını istediği zaman kolay bir şekilde gizleyebilmektedir (Anderson & Pearson, 1999). Bu nedenle nezaketsizliğin objektif değil subjektif olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan, amacının net bir şekilde anlaşılmadığı nezaketsiz davranışların, kötü niyetleri maskeleydiği ve bu tür davranışları sergileyen bireyleri çeşitli yaptırımlardan koruyacağı da düşünülmektedir (Cortina, 2008).

İşyeri nezaketsizliğinin son özelliği ise *düşük yoğunluğa sahip olmasıdır* ve bu özelliği onu sapkın ve agresif davranışlardan ayırt edilmesini sağlamaktadır. Örgüt içinde sergilenen negatif anlamlı mimikler ve çalışma arkadaşlarını önemsememek gibi davranışlar daha yumuşak ve düşük yoğunluğa sahip olumsuz işyeri davranışlarıdır (Morrow vd., 2011). Ancak bu davranışların düşük yoğunlukta olması, zararsız ve önemsiz olduğu anlamına

gelmemektedir. Ne kadar düşük yoğunlukta olursa olsun, işyeri nezaketsizliği davranışları çeşitlenebilmekte ve bu tür durumlar hedef olan işgörenlerin rahatsız olmalarına ve endişelenmelerine neden olabilmektedir.

İnsanlar her ne kadar mantıklarını kullanarak karar veren canlılar olsa da, duygusal olmaları nedeniyle iş yaşamlarında kaba ve ahlak dışı davranışlardan uzak durma ve kendilerini bu tür davranışlardan koruma ihtiyacı içinde olurlar. Bu günlük yaşam içinde yaşandığında, insanlar kendilerine kaba davranışlar sergileyen insanlarla bir daha görüşmeme şansına sahip olmakta olup, görüşüp görüşmeme kararı kendi tercihinin kalan bir durum olmaktadır. Ancak iş hayatında bu durum böyle olmamakta ve işgören bu konuda özgürce bir tercih yapamamaktadır. Nezaketsiz davranışlara maruz kalan işgörenler genellikle bu davranışı sergileyen kişilerle görüşmeye devam etmek zorunda kalırlar. Özellikle yöneticisi tarafından olumsuz davranışlar sergilenen bir işgörenin yöneticisi ile olan bağını ve iletişimini kesmesi oldukça zayıf bir ihtimaldir. Böyle bir durumda da iletişimini minimuma indirebilir ya da rahatsız olduğu davranışları aynı şekilde kendisi de yaparak tepki gösterebilir. Böylece işyerinde kurumsal normlardan sapılmaktadır (Delen, 2010).

İşyeri nezaketsizliğinin iki ya da daha fazla taraf arasında, topluluk içinde ya da özel bir şekilde, fiziksel ya da elektronik ortamda gerçekleşebildiğini söylemek mümkündür. İşyeri nezaketsizliğine örnek gösterilebilecek davranışlar şunlardır:

Tablo 1: İşyerinde görülen nezaketsiz davranışlar

<ul style="list-style-type: none">* Temel saygı kuralları çerçevesinde günaydın ve iyi günler dememek, lütfen veya teşekkür ederim gibi cümleler kurmamak, selam vermemek, görmezden gelmek veya çalışma arkadaşlarından kaçmak,* Çalışma arkadaşlarını iş faaliyetlerinden ya da sosyal etkinliklerden dışlamak,* Üstü kapalı bir şekilde tehditkâr konuşmak (Taştan, 2014, s.64).* Çalışma arkadaşlarına karşı abla, abi, bacı, efendi gibi profesyonellikten uzak terimler kullanmak,* Küçümseyici yorumlar yapmak, insanları aşağılamak, iş arkadaşlarının çabalarını küçümsemek,* Çalışma arkadaşları hakkında söylentiler yaymak, asılsız suçlamalarda bulunmak ve dedikodu yaymak,* Gelen aramalara ya da e-postalara cevap vermemek,* Başka insanların fikirlerine önem vermemek (Pearson ve Porath, 2009, s.64),* Kötü, kaba, gereksizce, kışkırtıcı ve aşağılayıcı bir not veya e-posta göndermek,* Karşısındakine çocuk muamelesi yapmak: azarlayıcı bir ses tonuyla konuşmak ya da sessiz kalarak cevap vermemek	<ul style="list-style-type: none">* Çalışma arkadaşlarının özel yaşamlarına müdahale etmek,* Toplantılarda telefonunu kapatmamak; başkalarının telefon görüşmelerini dinlemek; telefonla görüşen çalışma arkadaşını rahatsız edici hareketler yapmak;* İşgörenlerin kararlarının çiğnenmesi, konuşmalarının kesilmesi ve konuşmalarına izin verilmemesi,* İşgörenlerin işyerindeki ortak kullanılan ekipmanları kendi özel eşyalarıymış gibi kullanmaları ve ortak çalışma ortamlarını dağınık bırakmaları(Pearson vd., 2000, s.126),* Diğerlerinin çalışmalarının verilerini almak, ihtiyaç duyulan kaynakları ele geçirmek,* İş ortamında gerçekleşen toplantı, buluşma gibi her türlü faaliyeti bozucu davranışlarda bulunmak,* Aşırıya kaçan öfke nöbetleri, sinirli tavırlar sergilenmesi,* Empati yapma konusunda yetersizlik (Felblinger ve Dianne, 2008)* Çalışanların birbirlerinin eşyalarını izinsiz almaları,* Ses tonu, göz teması, beden dili gibi öğeleri uygun kullanmamak (dik bir şekilde bakmak gibi),* Gizli kalması gereken bireyle ilgili özel bilgilerin herkesin önünde konuşulması,* Kasıtlı olarak iş süreçleri, toplantılar veya haberdar olunması gereken kararlar ile ilgili bilgi saklanması (Martin ve Hine, 2005, s.481).
---	--

Kaynak: Literatür taraması sonucunda yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tüm bu davranışlar genel olarak ele alındığında, işyeri nezaketsizliğinin özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

- Nezaketsiz davranışlar işyerinde ortaya çıkmaktadır.
- İki ya da daha fazla taraf arasında gerçekleşmektedir.
- Sözlü ya da sözsüz olabilmektedir.
- Karşılıklı saygı normlarının ihlali söz konusudur.
- Topluluk içerisinde ya da özel olarak gerçekleştirilebilmektedir.
- Fiziksel ya da elektronik ortamda gerçekleşebilmektedir.
- Fiziksel saldırıdan yoksundur (Işıkay, 2019).

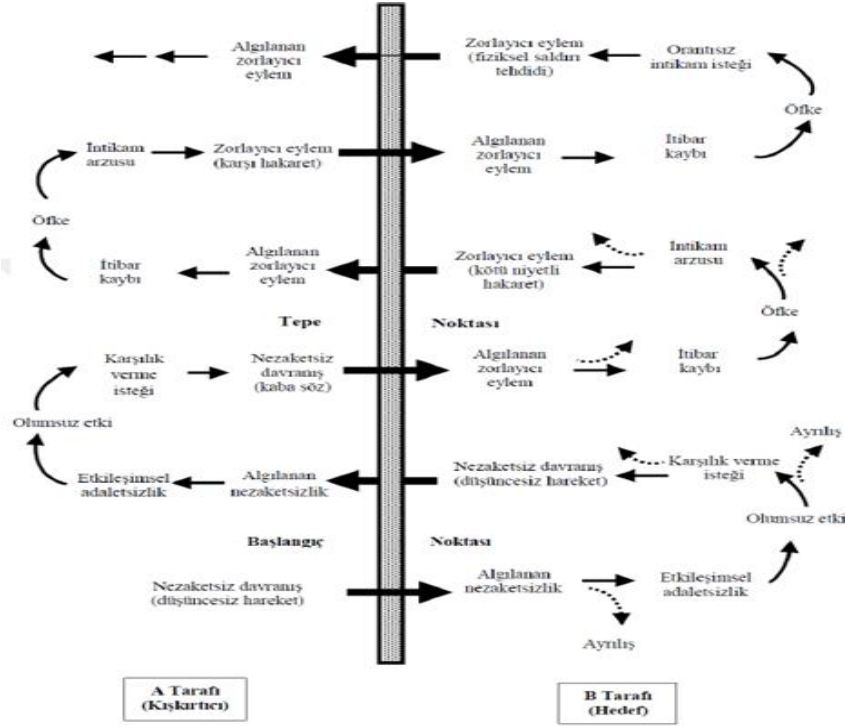
2.2. İşyeri Nezaketsizliğinin Gelişim Süreci

Nezaketsizlik tek bir olay ya da durum sonucu ortaya çıkmamaktadır. Örgüt içinde istenmeyen bu davranışlar iki veya daha fazla işgören arasında gerçekleşebilmekte, etkileri ise örgüt geneline yansiyabilmektedir. Bu açıdan ele alındığında işyeri nezaketsizliğinin sosyal bir etkileşim süreci olduğunu söylemek mümkündür. Böyle bir süreç içinde nezaketsizliğin oluşmasına neden olanlar ve bu davranışlara maruz kalan taraflar mevcuttur. Süreç içinde başlama ve taşma noktalarının yanısıra zorlayıcı davranış unsurlarının da yer aldığı bazı önemli noktalar bulunmaktadır (Andersson & Pearson, 1999).

Başlama noktası, hedef alınan kişilerin ve grupların, nezaketsiz davranışı istemsizce veya kasıtlı bir şekilde başlatan kişilerin veya grupların nezaketsiz davranacaklarını anladığı andan itibaren başlamaktadır. Taşma noktası ise iş ortamında işyerinde nezaketsiz olarak algılanan ve hedef kişinin karşı tarafa tepki verdiği noktadır (Pearson & Porath, 2005). İşyeri nezaketsizliği kavramının öncülerinden olan Anderson ve Pearson (1999) nezaketsizliğin daha iyi anlaşılmasını sağlamak için bir model (Şekil 1) geliştirmişlerdir. Bu modelde örgütlerde işgören davranışlarının karşılıklı ilişkilere bağlı olarak sarmal bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sarmal etki, işyeri nezaketsizliğinin bir başlangıç ve taşma noktasıyla birlikte yoğunlaşan davranışlara nasıl dönüştüğünün anlaşılması için kullanılmaktadır. Dolayısıyla nezaketsizlik sonucu oluşan bazı sonuçlar nezaketsizlik döngüsünü sürdürecektir (Anderson & Pearson, 1999).

Baron ve Neuman'a göre (1996), saldırgan davranışlar başlangıçta daha düşük yoğunlukta ve sözlü olarak ortaya çıkmakta daha sonraki aşamalarda ise sarmal etkiyle birlikte saldırganlık biçimleri yoğunlaşmakta ve fiziksel hareketler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bilgi ışığında Anderson ve Pearson (1999), işyeri nezaketsizliğinin örgüt içindeki çatışma sarmalının yükselmesinde ve şekillenmesinde önemli bir faktör olduğunu ileri sürmektedirler.

Nezaketsizlik, zorlayıcı davranışların öncüsü olabildiğinden, nezaketsizlik sarmalı üzerinde durmak ve sarmalda yer alan kilit noktaların başlangıç ve taşma aşamalarını belirlemeye çalışmak son derece önemli olmaktadır. Ayrıca nezaketsizlik sarmalının oluşmasına ve yükselmesine imkan tanıyan faktörleri tanımlamak bu davranışların ilerleyişinin anlaşılmasında etkili olabilmektedir. Şekil 1’de nezaketsizlik sarmalı örneği yer almaktadır.



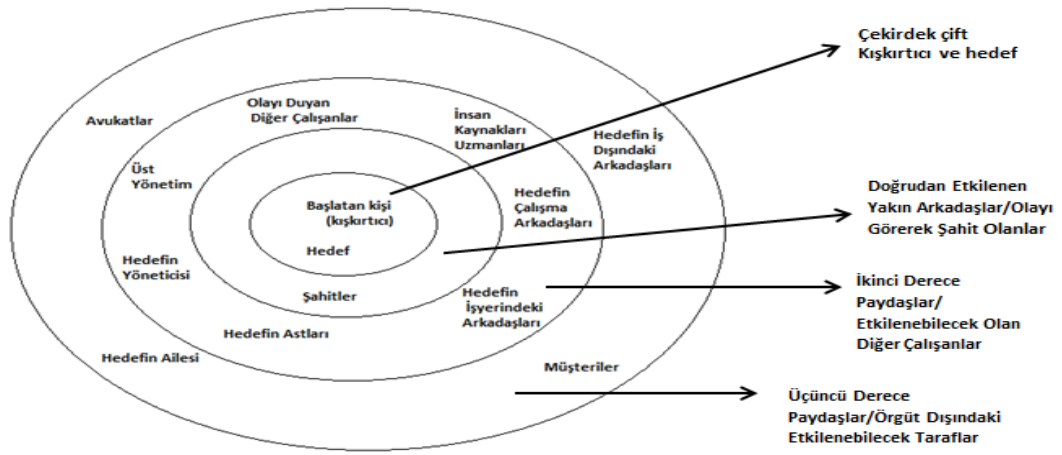
Şekil 1. Nezaketsizlik sarmalı örneği

Kaynak: Anderson & Pearson, 1999.

Şekil 1’de yer alan nezaketsizlik sarmalı örneğinin açıklanması işyeri nezaketsizliğini anlaşılmasını kolaylaştıracaktır. Örneğin; bir işyerinde X işçöreni Y işçörenine nezaketsiz bir davranışta bulunduğu (görmezden gelmesi veya selam vermemesi gibi), nezaketsizlik sarmalı başlamaktadır. Y işçöreni nezaketsiz davranışı, etkileşimsel adaletsizlik şeklinde yorumlayıp bu olumsuz etkileşimin sonucunda bu davranışa tepki verme isteği içinde olmaktadır. Y işçöreni nezaketsiz bir şekilde karşı davranışta bulunduğu ise X işçöreni de aynı şekilde bilişsel, duygusal ve davranışsal hisleri deneyimlediği için karşılık vermek istemektedir. Taşma noktasına varıldığında, her iki taraf da hayal kırıklığı içinde nezaketsiz davranışları kimlikleri adına bir tehdit olarak algılamaktadır. Bu noktadan sonra ortaya çıkan davranışlar, nezaketsizlikten ziyade şiddet gibi işyeri sapkınlıklarının şiddet düzeyinin yükseldiği biçimlere dönüşebilecek zorlayıcı davranışlar olarak tanımlanabilmektedir (Anderson & Pearson, 1999). İşçörenler arasındaki her etkileşimden sonra, her iki taraf da Şekil

1’de görülebilen ve çıkış veya ayrılış noktaları olarak belirtilen yerlerden spiral etkiyi sona erdirme seçeneğine sahiptir.

İşyeri nezaketsizliği sürecinde nezaketsizliği başlatan ve bu nezaketsizliği algılayarak hedef olan işgörenlerin dışında, nezaketsizliğe şahit olan seyirciler olmak üzere üç grup aktörün bulunduğunu görülmektedir (Aujla, 2010). Örgüt içinde işyeri nezaketsizliğine seyirci kalan kişiler Şekil 2’de gösterildiği üzere üç farklı düzeyde tanımlanmaktadır. Bunlardan ilki, doğrudan etkilenecek mahrem halka (yakın arkadaşlar) içinde kalan ve olayı gören şahitlerken; ikinci grupta ise, etkilenebilecek diğer işgörenler yer almaktadır. Son grupta ise, etkilenmesi muhtemel olan örgüt dışındaki kişiler üçüncü düzey seyirciler olarak yer almaktadır (Aujla, 2010).



Şekil 2. İşyeri nezaketsizliği düzeyine erişme

Kaynak: Pearson & Porath, 2004.

Nezaketsizlik sarmalı, davranışsal ve deneyimsel nezaketsizlik olmak üzere iki temel bileşenin var olduğunu göstermektedir. Davranışsal nezaketsizlik, işgörenin örgüt içinde nezaketsiz tutumlar ve davranışlar sergilemesi iken, deneyimsel nezaketsizlik ise işgörenin arkadaşlarından nezaketsiz tutum ve davranışları algılama düzeyi olarak ifade edilmektedir (Blau & Andersson, 2005; Cortina vd., 2001). Sarmal etkinin başlamasında ve ilerlemesinde davranışsal nezaketsizliğin deneyimsel nezaketsizliğe kıyasla daha merkezi bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle, araştırmacılar davranışsal nezaketsizliği etkileyen faktörler üzerinde dururken deneyimsel nezaketsizliğin sonuçları üzerinde durmaktadır (Harold & Holtz, 2015).

2.3. İşyeri Nezaketsizliğinin Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörler

Başlangıçta zararsız gibi görünen ve fark edilmediği takdirde şiddete ve yinelenen davranışlara dönüşme potansiyeline sahip olan işyeri nezaketsizliğinin önlenbilmesinde bu davranışların ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi önem arz etmektedir. İşyerlerinde kaba ve nezaketsiz davranışların arttığı konusunda ortak bir kanı olmasıyla birlikte bu artışın hangi faktörlerden kaynaklandığı konusunda henüz bir fikir birliği bulunmamaktadır. Genel anlamda bu artışın nedeni birey, aile ve örgüt ile ilgili faktörlerin bir kombinasyonu olarak ele alınmaktadır. Örgüt verimliliğinin ve etkililiğinin düşmesinin kaynağı olan işyeri nezaketsizliğine yol açan faktörler her işletme, sektör, ülke veya toplumun gelişmişlik düzeyine göre farklılık gösterebilmektedir. Diğer yandan ulusal kültür özellikleri de nezaketsiz davranışların ortaya çıkmasında etkili olabilmektedir. Çünkü herhangi bir kültüre özel olan bir davranış başka bir kültürde çok farklı veya yanlış anlaşılabilir (Nitzsche vd., 2018). Bunun yanında, işgörenlerin kişilik özellikleri, psikolojik durumları, örgüt içindeki konumları, teknolojik değişiklikler, örgüt ortamı, iş yükü ve yöneticiler gibi bir çok faktör de işyeri nezaketsizliğinin sergilenme veya algılanma sürecinde etkili olan faktörler arasında sayılabilmekte ve söz konusu bu faktörler aşağıda kısaca incelenmektedir.

* **Kişilik özellikleri:** Kişilik tipi nezaketsizliğin ortaya çıkmasında etkili olan bir faktör olabilmektedir. Milam ve diğerleri (2009) yaptıkları bir çalışmada, beş faktör kişilik özelliklerinin boyutlarını temel alarak işgörenlerin işyerinde nezaketsiz davranışları deneyimlemeleri ihtimalini araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, uyumluluk boyutunun işyerinde nezaketsiz davranışlara hedef olunması konusunda önemli bir rol oynadığı, düşük uyumluluğa sahip işgörenlerin de daha sık nezaketsiz davranışlarda bulunduğu görülmüştür. Dışadönüklük boyutu ile işyeri nezaketsizliği arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Duygusal dengesizlik boyutunda ise pozitif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiş, endişeli, sinirli ve kendine güvenmeyen nevrotik bireylerin iş arkadaşlarına daha fazla nezaketsiz davrandıkları gözlenmiştir (Milam vd., 2009). Naimon ve diğerlerinin (2013), yaptığı çalışmaya göre iyi huylu, güvenilir ve işbirlikçi ruha sahip, uyumluluk düzeyi yüksek bireylerin nezaketsiz davranışları daha az algıladıkları görülmüştür. Buna göre, uyumluluk düzeyi yüksek bireyler olaylara daha pozitif bakış açısı içinde olduklarından nezaketsiz davranışlardan daha az rahatsız olmakta ve bu davranışların kendilerini etkilemesine izin vermemektedirler (Naimon vd., 2013). Kişilik özelliklerinden bir diğeri negatif duygusallık ise suçluluk duyma, öfkelenme, kaygılanma ve reddetme gibi duygusal durumları deneyimleme eğilimini ifade etmektedir. Negatif duygusallığı yüksek kişilerin düşük olan kişilere göre üretkenlik karşıtı iş

davranışlarında bulunma ihtimalleri daha yüksek olmaktadır (Dion, 2006). Ayrıca, A tipi kişiliğe, saldırganlık, düşmanlık, güç, ego, içsel rekabet (Cortina vd., 2001) ve dış kontrol odağına sahip olma (Naimon vd., 2013) gibi kişilik özelliklerinin de nezaketsiz davranışların ortaya çıkmasında etkili olduğunu söylemek mümkündür.

* **Cinsiyet:** Cinsiyet hem kışkırtıcıların hem de hedef olan kişilerin davranışlarını etkileyebilen bir unsurdur. Araştırmalar kadınların iletişim konusunda daha farklı olduklarını, erkeklerle karşılaştırıldıklarında daha duygusal, daha duyarlı olduklarını ve duygularını göstermeyi tercih ettiklerini, empati yeteneğine sahip olan bireyler olduklarını kanıtlamaktadır (Montgomery vd., 2004). Dolayısıyla bu özellikler, davranışların algılanmasında ve sergilenmesinde cinsiyete göre bir farklılık yaşanacağına da göstergesi olmaktadır. Nezaketsizliğin genelde hedefi kadınlar olmaktadır ancak erkek işgörenler de daha düşük düzeyde de olsa hedef olabilmektedir. Bununla birlikte kışkırtıcının erkek olma olasılığının kadınlara kıyasla iki kat daha fazla olduğu söylenebilmektedir (Pearson vd., 2000). Her ne kadar kadınlar nezaketsiz davranışlara daha fazla maruz kalsalar da hem kadınlar hem de erkekler nezaketsizliğin olumsuz etkilerini yaşamaktadırlar (Cortina vd., 2001). Cinsiyet faktörü aynı zamanda hedef kişinin nezaketsiz davranışlara karşı tepkisinde de farklı sonuçlar görülmesine neden olmaktadır. Eğer hedef erkek ise daha pasif agresif olarak yanıt verirken, kadın hedefler ise daha çok kışkırtıcılardan uzak durma eğilimindedir ve kendileri için olumlu faaliyetlerde bulunarak daha iyi konuma gelmeye çalışmaktadırlar (Pearson vd., 2000; Pearson & Porath, 2005).

* **Statü:** Nezaketsizliği etkileyen faktörlerden bir diğeri ise statüdür. Pearson ve Porath (2005) derinlemesine görüşme yöntemini kullanarak yaptıkları çalışmada, yüksek statüye sahip işgörenlerin düşük statüye sahip işgörenlerden daha fazla nezaketsiz davranma eğilimine sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Eğer kışkırtıcı üst yönetime yakın biriyse nezaketsizliğin düzeyi artmakta, toplantılara katılmama, başka insanları bekletme, aşağılayıcı bir ses tonuyla konuşma veya konuşanların sözlerini kesme gibi davranışlar sergileyebilmektedirler (Pearson & Porath, 2005). Cortina ve diğerlerinin (2001) kamuda, işgörenler üzerinde gerçekleştirdiği araştırmaya göre örgüt içindeki düşük statülü işgörenler diğer işgörelere kıyasla daha fazla nezaketsiz davranışlara maruz kalmaktadırlar (Cortina vd., 2001). Yukarıdan aşağıya doğru gerçekleşen bu nezaketsizlik kendi kendini güçlendiren bir döngünün oluşmasına yol açabilmektedir (Pearson & Porath, 2005).

* **Bireylerin Duygusal Durumları:** Bireylerin olumlu duyguları hayattan keyif alma derecesini temsil ederken, olumsuz duyguları bireylerin üzgün ve memnuniyetsiz hissetme

derecesini temsil eder. Sinir, öfke ve stres gibi olumsuz duygulara sahip bireylerin düşmanca davranışlar sergileme ihtimalleri daha yüksek olmaktadır (Watson & Tellegen, 1985). Reio ve Ghosh'un (2009) yaptıkları araştırma sonuçları da bu düşüncüyü desteklemekte, olumsuz duyguları yüksek olan bireylerin işyeri nezaketsizliğine karşı hassasiyetlerinin yüksek olduğu, daha fazla algıladıkları ve karşılık olarak nezaketsiz davranışlar sergileyebildikleri görülmektedir. Öte yandan olumlu duyguları yüksek olan bireylerin çevrelerindeki stresörleri daha az algıladıkları ve bu stres faktörlerine karşı daha duyarsız olduklarını söylemek mümkündür. Dolayısıyla bu tür bireylerin, kaba davranışları algılamaları ve bu davranışları nezaketsizlik olarak yorumlama potansiyelleri de düşük olmaktadır (Sliter vd., 2015). Literatür incelendiğinde olumsuz duygular ile nezaketsizlik arasında olumlu yönde bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşan araştırmaların olduğu görülmektedir (Penney & Spector, 2005; Van vd., 2010; Naimon vd., 2013; Sliter vd., 2015).

* **Stres Düzeyi:** Stresli bireyler genellikle memnuniyetsiz ve hoşnutsuz olmakta ve nezaketsiz davranışlar sergileyebilmektedirler (Caza & Cortina, 2007). Stresli bireyler özellikle sorunların kaynağı olarak gördükleri bireylere karşı daha fazla nezaketsiz davranışlarda bulunabilmektedirler. İşyerlerinde küçülme, hızlı bir şekilde büyüme, yeniden yapılanma (reengineering) ve iş yükünün artması gibi süreçler işgörenlerde strese yol açabilmektedir. Strese maruz kalındığında ise işler iyi bir şekilde değerlendirilemez ve sosyal beceriler zarar görür (Johnson & Indvik, 2001). Ayrıca stres altında bireylerin diğer insanları düşmanmış gibi algılama eğilimleri de yükselmektedir. Caza ve Cortina, 2007'de yaptıkları çalışmada nezaketsiz davranışların bireylerin stres düzeylerini artırdığını, memnuniyetsizlik ve hoşnutsuzluk gibi duygular içine girmelerine neden olduğunu saptamışlardır. Ayrıca stres arttıkça bireylerin haksızlık ve adaletsizlik algılarının da yükseldiğini tespit etmişlerdir (Caza & Cortina, 2007).

* **Mizaç:** Mizaç, insanların hayatları boyunca nispeten değişmeyen davranışsal özelliklerini belirtmekte ve bir kişinin mizacı, günlük hayatta karşılaştığı olaylara tepki verme eğilimini göstermektedir (Andersson & Pearson, 1999). Sinirli mizaç profiline uyan bireyler stresle mücadele etmede saygısız, kaba veya saldırgan tepkiler gösterme eğilimi yüksek bireylerdir (Buss, 1961, aktaran Andersson & Pearson). Kendi kendine yetebilen, bağımsızlığa önem veren ve grup baskısına direnç gösteren isyankar bireyler, toplumsal baskıya uyma veya boyun eğmeye teşvik eden dizgelere tepki verme konusunda nezaket dışı ve zorba davranışlar sergileyebilmektedirler. Sosyal etkileşim sürecinde, en az bir tarafın sinirli bir mizacının

olması, nezaketsizlik sarmalının oluşması ve zorlayıcı davranışların ortaya çıkması ihtimalini artıran bir unsurdur (Andersson & Pearson, 1999).

* **İş Yükü:** İş yükü, bireylerin stres yaşamalarına ve kaba davranmalarına yol açabilen bir faktördür. Stres ve gerilim içeren birçok olayla karşı karşıya kalabilen ve böyle bir işte çalışan bireylerin psikolojilerinin sağlıklı olabilmesi her zaman söz konusu olamamaktadır (Dion, 2006). Ayrıca işgörenler çoğu zaman aşırı iş yükünden dolayı çalışma arkadaşları, astları veya meslektaşlarıyla güzel vakit geçirebilecekleri zamanı bulamamaktadırlar. İş yükü ile nezaketsizlik arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu yapılan araştırmalarla da ortaya koyulmuştur (Taylor & Kluemper, 2012).

* **Değişen İş Koşulları:** Örgütlerde küçülmeye gidilmesi, yeniden yapılanma, performansın artması için yaratılan baskı, kâr baskısı, kısa ve geçici süreli çalışma gibi durumlar yöneticilerin işgörelere nezaketsiz davranmalarına zemin hazırlamaktadır. Bu nezaketsiz davranışlar ise işgörelerin örgüte olan bağlılıklarını azaltmaktadır (Pearson vd., 2000). Günümüz işletmelerinde meydana gelen değişimler ve farklı kökenlerden gelen birbirlerinden tamamen farklı işgörelerin davranışları ve tutumları da doğal olarak farklılık gösterebilmektedir. Bu kişilerin nezaketsiz ve kaba olarak nitelendirdikleri davranışlar da farklı olmaktadır (Crampton & Hodge, 2008). Değişen iş koşullarının arasında yer alan bir diğer faktör de teknolojidir. Gelişmiş teknolojilerin, işyerlerindeki ilişkilerin karmaşıklıklaşmasına ve ilişkilerin parçalanmasını kolaylaştırmasına neden olduğu söylenebilir. İşyerlerinde e-posta, telekonferans, telesekreter gibi yeni teknolojilerin kullanılması sonucu işgörelerin birbirleriyle olan yüz yüze iletişimleri azalmış, insanların birbirlerinin yüzlerine bakmadıkları kişilere öfkelenmelerini ve nezaketsiz davranışlar sergilemelerini kolaylaştırmıştır (Pearson vd., 2000).

* **İnformel Ortam:** İnformel, başka bir deyişle resmi olmayan ortamların da nezaketsizliğe neden olabilecek bir faktör olduğu düşünülebilir. Kuruluşların düzleşmesi/basıklaşması doğru iş davranışlarının neler olduğuna dair belirsizlikler yaşanmasına neden olmaktadır. Bir örgüt içinde resmi olmayan kıyafetler, hitaplar, bedensel iletişim, duygusal ifadeler ve konuşma biçimleri nezaketsizliğe yol açabilmektedir. (Andersson & Pearson, 1999). Tam tersi olan durumda, yani profesyonellik kurallarına dikkat edilen resmi iş ortamlarında ise işgörelenler kendilerini herhangi bir eylemde bulunmadan veya konuşmadan önce düşünmek zorunda hissederler ve bu durum da nezaketsiz davranışlarda bulunmalarını engelleyebilmektedir (Pearson vd., 2000).

* **Örgüt İklimi ve Örgüt Kültürü:** Örgüt iklimi, bir örgütü diğer örgütlerden farklı kılan, işgörelenleri etkileyen ve aynı zamanda işgörelenlerden etkilenen, değer, norm ve varsayımlar

bütünüdür. Özellikle egoist etik iklimin olduğu örgütlerde işyeri nezaketsizliği daha fazla görülmektedir. Kapalı örgüt kültüründe ise şüphe, negatif düşünceler, baskı ve başarısızlıklar hakim olduğu için işgörenlerin nezaketsiz davranışlarla karşılaşma olasılıkla oldukça yüksektir. Yapıcı örgüt kültürlerinde işyeri nezaketsizliğine daha az rastlanılmaktayken, saldırgan savunmacı ve pasif savunmacı örgüt kültürlerinde yöneticilerin işgörelere ve işgörelerin de birbirlerine karşı çoğunlukla nezaketsiz davrandıkları gözlenmektedir (Özgener, 2016).

* **İşletme Politikaları:** İşletmelerin uygulamış oldukları politikalar, yöneticiler ve işgörelar arasındaki bağları zayıflamasına neden olabilmektedir. Çoğunlukla işletmelerin elde etmiş oldukları kârdan sadece yöneticilerin yararlanması, adaletli bir dağıtım sisteminin olmaması ve işgörelere herhangi bir ödül verilmemesi gibi durumlar işgörelari rahatsız edebilmektedir (Hornstein, 2003). Ayrıca performans değerlendirmesine bağlı olarak uygulanan ücret yönetiminin işgörelar arasında adil olarak algılanmaması, bütçe kesintileri, işgöreların maaşlarının artırılmaması gibi durumlar da haksızlığa uğradıklarını düşünmelerine neden olabilmekte olup bu durum da işyerinde nezaketsiz davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Dietz vd., 1998).

* **Yöneticilerin Tutumları:** Yöneticilerin işgöreların duygu ve düşüncelerini dikkate almamaları, gerektiği zamanlarda işgöreların bilgi ve görüşlerine başvurmamaları da nezaketsizliğin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Hornstein, 2003). Örgüt içinde yeterli bilgi, beceri, donanım ve tecrübeden yoksun yöneticiler diğer işgörelar üzerinde baskı uygulamaktadırlar. Yöneticilerin kendilerini ön plana çıkarma istekleri, sahip oldukları bazı olumsuz kişisel özellikler ve olması gerekenden fazla disiplin ve ceza sistemi uygulamaları işgörelarında nezaketsiz davranışların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Otoriter yönetim anlayışını benimseyen yöneticiler, yönlendirilmeden çalışmayacaklarını düşündükleri işgörelare karşı verimliliği artırma istekleri nedeniyle kötü davranışlarda bulunabilmektedirler (Ashforth, 1994). Problemleri görmezden gelen ve bu problemleri çözmek için bir çabası olmayan serbest bırakıcı liderlikte ise işgörelar liderlere karşı nezaketsiz davranabilmektedirler. Demokratik liderlikte ise nezaketsizliğin görece daha düşük olduğunu söylemek mümkündür. Bunun dışında yöneticilerin kişilik özellikleri de nezaketsiz davranışların ortaya çıkmasına neden olan faktörler arasındadır. Örneğin A tipi kişiliğe sahip yöneticiler, kendilerini işlerine adanmış, aşırı rekabetçi, zaman konusunda hassas kişiler olmalarından dolayı işgörelarından en kısa zaman içerisinde çok yüksek başarı beklemektedirler (Moorhead & Griffin, 1992).

Görüldüğü üzere nezaketsizliği başlatan ve bu davranışlara hedef olan kişilerin demografik özellikleri, kişilikleri, duygu durumları ve örgüt içindeki statüleri nezaketsizliğin algılanmasında ve karşılık verilmesinde etkili olan unsurlardır. Çünkü kişilerin sahip oldukları bu özellikler, bakış açılarının şekillenmesinde ve çevrelerindeki olayları değerlendirmelerinde önem arz etmektedirler. İşgörenlerin sahip oldukları bireysel özelliklerinin dışında, üyesi buldukları örgütün yapısı, iklimi ve kültürü, örgüt yöneticilerinin tutumları, örgüt içinde uygulanan kurallar ve prosedürler, iş yükü, zaman baskısı ve değişen iş koşulları gibi zorlayıcı etmenlerin varlığının da söz konusu olduğu görülmektedir.

2.4. İşyeri Nezaketsizliğinin Sonuçları ve İşletmeler Açısından Önemi

İşyeri nezaketsizliği birçok işletmeye ve o işletmedeki işgörenlere sessizce zarar veren ve yaygın görülen bir davranıştır. İşyerinde gerçekleşen bu davranışlar ise örgüte birçok yöneticinin tahmin ettiği kadar çok daha fazla zararlı etkiye sahip olabilmektedir (Pearson vd., 2000). 27 Avrupa Birliği ülkesi, Norveç, Hırvatistan, Makedonya, Türkiye, Arnavutluk, Karadağ ve Kosova'da yaşanan 44.000 katılımcı üzerinde yapılan Avrupa Çalışma Koşulları (European Working Conditions) anketine göre Avrupalı işgörenlerin taciz ve zorbalık gibi kötü muameleye uğrama oranı %4 olarak tespit edilmiştir (Torkelson vd., 2016). Singapur'da 180 işgörenin katıldığı bir araştırmada ise işgörenlerin %91'inin son 5 yıl içerisinde işyerlerinde nezaketsiz davranışlarla karşılaştıkları tespit edilmiş ve bu davranışlara çalışma arkadaşlarından değil yöneticileri tarafından daha çok maruz bırakıldıkları belirtilmiştir (Loh, 2016). Görülme sıklığının bu kadar yüksek olduğu bu davranış biçiminin işletmelere nasıl bir etkisi olacağı önem verilmesi gereken konular arasındadır. Öte yandan bir örgütün nezaketsizliğe karşı tutumunu şekillendirmek için, olgunun özellikleri ve olumsuz sonuçlarının ortak bir şekilde anlaşılması önem arz etmektedir.

İşyeri nezaketsizliğine maruz kalan işgörenlerin hemen hemen hepsi yaşadıkları bu durum karşısında olumsuz tepkiler vermekte ve bazı durumlarda da kendilerine nezaketsiz davranan işgörenlere karşı açık bir şekilde misilleme yapmaktadırlar. Ayrıca nezaketsizliğe maruz kalan kişiler bu durumu çalışma arkadaşlarına veya astlarına anlattıkları zaman çalışma arkadaşları veya astlar maruz kalan kişinin intikamını almak için farklı yollar aramaktadırlar. Örneğin; nezaketsiz davranan kişiyle ilgili dedikodu yapmak, o kişiye yardım etmemek gibi davranışlara yönelebilmektedirler. Bu durum ise zaman içinde işletme içinde kartopu etkisi yaratarak örgüt iklimine zarar vermektedir (İslamoğlu, 2018).

Nezaketsiz davranışların devamlılığı halinde yaşanan olumsuz duygular çeşitli ruhsal ve fiziksel sağlık problemlerine neden olmaktadır. Bu sağlık problemlerine, anksiyete, dikkat

eksikliği, enerji düşüklüğü, tansiyon, depresyon, baş ağrısı ve kalp rahatsızlığı gibi pek çok hastalık örnek olarak gösterilebilir (Johnson & Indvick, 2001; Cortina vd., 2001; Hutton & Gates, 2008; Lim & Lee, 2011; Giumetti vd., 2013). Namie (2003) tarafından yapılan bir araştırmaya göre nezaketsizliğe uğrayan kişilerde; stres (%76), uykusuzluk (%71), klinik depresyon (%39), panik atak (%32), travma sonrası stres bozukluğu, (%47), konsantrasyon kaybı (%71) ve bu gibi sorunlar görülmüştür.

İşyeri nezaketsizliği ile karşı karşıya kalan işgörenlerin yaratıcılıkları azalmakta ve kendilerini tükenmiş hissetmeye başlamaktadırlar. Aynı şekilde bu kişilerin büyük çoğunluğu bilinçli bir şekilde iş performanslarını azaltmakta ve iş kalitesini düşürmektedirler. İşyeri nezaketsizliğinin, işgörenlerin performansında meydana getirdiği azalma (Caza & Cortina, 2007; Hutton & Gates, 2008; Giumetti vd., 2013) örgüt için istenmeyen, olumsuz sonuçlar ortaya koymaktadır. Literatür incelendiğinde nezaketsiz davranışların sıklığı arttığında iş tatmini (Pearson vd., 2000; Cortina vd., 2001; Penney & Spector, 2005) ve iş performansının (Cortina vd., 2001; Rahim & Cosby, 2016) azalacağı; üretkenlik karşısı iş davranışlarının (Penney & Spector, 2005), işten ayrılma niyeti ve devamsızlığın (Pearson vd., 2000; Dion, 2006; Lim vd., 2008; Rahim & Cosby, 2016; Lim vd., 2016) ise artacağı ifade edilmiştir.

İşyeri nezaketsizliğinin işletmelerde yarattığı en olumsuz sonuçlardan biri de işgücü devrinin artmasıdır. Nezaketsiz davranışlara maruz kalan birçok işgören uygun bir iş bulduğunda işletmeden ayrılmayı tercih etmektedir (Delen, 2010). Örneğin, Pearson ve diğerlerinin (2000) yaptıkları araştırmaya göre, nezaketsiz davranışlara maruz kalan işgörenlerin %12'sinin işletmelerinden ayrıldıkları gözlenmiştir. Öte yandan bazı işgörenler nezaketsiz davranışlar karşısında, başka bir iş bulamadıkları için, işlerinden ayrılamamakta ve psikolojik sorunlar yaşamaktadırlar (Kanten, 2014).

Nezaketsizlik işletmelerde müşteri ilişkilerine de zarar vermektedir. Porath ve Pearson'un (2013) yapmış oldukları araştırma, müşterilerin kaba davranışlar sergileyen bir işgörenden alışveriş yapma olasılıklarının daha düşük olduğunu göstermektedir. Nezaketsiz tek bir davranışa tanık olan müşteri, işgören, işletme ve hatta marka hakkında bile negatif genellemeler yapabilmektedir.

Literatür incelendiğinde, Porath ve Pearson (2013) tarafından yapılan bir çalışma, gerçekten de işyerinde gerçekleştirilen nezaketsizliğin örgütler için ne derece büyük kayıplara yol açtığını ifade eden çalışmalara bir kanıt oluşturmaktadır. 17 farklı sektörde, 800 yönetici ve işgörenden elde edilen veriler ışığında gerçekleştirilen araştırma sonucunda elde edilen bulgular aşağıda sıralanmaktadır. İşgörenlerin;

- % 48'i çalışmalarını kasti olarak azaltmışlardır.
- % 47'si işyerinde geçirdikleri süreyi kasti olarak azaltmışlardır.
- % 38'i çalışmalarının kalitesini kasti olarak düşürmüşlerdir.
- % 80'i yaşadıkları olaylar hakkında endişelenmelerinden dolayı çalışma sürelerini iyi değerlendirememişlerdir.
- % 63'ü kışkırtıcıdan uzak durmaya çalışarak çalışma sürelerini iyi değerlendirememişlerdir.
- % 66'sı performanslarının düştüğünü belirtmişlerdir.
- % 78'i işletmeye olan bağlılıklarının azaldığını belirtmişlerdir.
- % 12'si ise nezaketsiz tavırlardan ötürü işlerini bıraktıklarını belirtmişlerdir.

Nezaketsizlik durumlarının işyerlerinde yarattığı olayları yönetmek de pahalı bir süreçtir. İnsan kaynakları uzmanları çoğu zaman sadece bir olay için günlerce dikkat ve çaba harcamak zorunda kalmaktadırlar. Accountemps tarafından yürütülen ve Fortune'da yayınlanan bir araştırmanın sonuçlarına göre, Fortune 1000 dergisindeki şirketlerde görev yapan yönetici ve idareciler, çalışma sürelerinin %13'ünü işgörenlerin ilişkilerini düzeltmek ve işyeri nezaketsizliği yaşandığında bu sorunu çözmek için harcamaktadırlar. Bunun yanında, yönetici ve idareciler bu tarz durumları çözmek için danışmanlar veya avukatlardan da yardım almakta ve dolayısıyla işletme için maliyet de artmaktadır (Porath & Pearson, 2013). Hornstein (2003), nezaketsizliğin işe yabancılaşmaya yol açtığını ve yabancılaşmanın artması sonucunda işgörenin işe gelmeye devam etme nedeninin işe olan bağlılığından dolayı olmadığını öne sürmektedir.

Bu incelemeler ışığında işyeri nezaketsizliğinin sonuçlarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Özdemir, 2020).

- İşletme içinde tartışmalar
- Sağlık problemleri
- Düşük iş performansı ve iş verimliliği
- Dikkat dağınıklığı
- Düşük örgütsel bağlılık
- İşyerinde yaşanacak zaman kayıpları
- İşten ayrılmalar
- Örgütsel maliyet artışı
- İşe devamsızlık
- Müşteri memnuniyetsizliği

- Düşük iş tatmini
- Örgütsel stres
- Moral bozukluğu
- İşin gereklerini ve sorumluluklarını yerine getirmeme
- İşyerinde daha az yardımlaşma
- Zorbalık, mobbing gibi davranışlar

İşyeri nezaketsizliğinin hem işletmelere hem de işgörelere birçok zararı olmasına rağmen çoğunlukla yöneticiler tarafından gözardı edilebilmektedir. İşyeri nezaketsizliğini ciddiye almayan ve önemsemeyen yöneticiler aslında bu durumdan kaynaklanan işletme içindeki çatışmaları çözmek için ne kadar uğraştıklarının ve zaman harcadıklarının farkında olmamaktadırlar. Bu çatışmaları yok saymaları durumunda ise, işyeri nezaketsizliği örgüt kültürünü zedeleyecek ve işletmelerin zarar görmelerine neden olacaktır (Kumral & Çetin, 2016). İşletmelerin bu olumsuz etkileri fark edip önlem alması sürdürülebilir rekabetçi avantajın da gereklerinden biridir. Zira işyerinde saygınlığı olmayan biri örgüte arzulan katkıyı sunamamaktadır.

2.5. İşyeri Nezaketsizliğinin Yönetilmesi ve Engellenmesi

Çalışma hayatında işyeri nezaketsizliğinin ortaya çıkardığı olumsuz sonuçların artması, son yıllarda konuyu inceleyen araştırmacıları işyeri nezaketsizliğine neden olan faktörleri araştırmaya ve nezaketsiz davranışları düşürmeyi sağlayacak çözüm yöntemlerini araştırmaya yönlendirmiştir. Sağlıklı ve uygun çalışma ortamlarının oluşturulması ve bu ortamların korunabilmesi için işyerinde nezaketsizlik sorununun üzerinde durulması ve bu konuda çeşitli tedbirlerin alınması gerekmektedir. Böyle bir ortamın sağlanabilmesi için hem işgörelenler hem de işgörelen ve yönetim arasında koordinasyonun sağlanması ve herkesin davranışlarının sorumluluğunu üstlenmesi gerekmektedir (Lewis & Malecha, 2011). Öte yandan, işyeri nezaketsizliği ile mücadele edilebilmekteyken, işyeri nezaketsizliğini ve zararlı sonuçlarını tamamen ortadan kaldırmak mümkün olmamaktadır. Ayrıca işyeri nezaketsizliğinin önlenmesi ve kontrol altına alınabilmesi için örgüt içinde bazı kuralların ve politikaların oluşturulması gerekmektedir. Oluşturulan kural ve politikaların, örgüt içindeki tüm işgörelenlere karşı oluşturulmuş samimi mesajlar içermesi ve işgörelenlere örgüt için önemli olduklarının hissettirilmesi gerekmektedir. Bu durum işgörelenlerin örgütle özdeşleşmelerine imkân tanımaktadır (Hornstein, 2003).

İşyeri nezaketsizliğinin engellenmesi ve yönetilmesi noktasında yapılabilecek bazı eylemler aşağıda ele alınmıştır.

İşgörenleri İşe Alım ve Seçme Sürecinin Etkili Bir şekilde Uygulanması: Örgütler için en değerli yatırım unsuru olan işgörenlerin referanslarının dikkatli bir şekilde incelenip doğru kişilerin işe alınmaları gerekmektedir. İşe alım sürecinde adayların sadece mesleki yeterlilikleri değil kişilik özelliklerine de dikkat edilmesi nezaketsizliğin oluşmamasında önemli etkenlerden biridir. Çünkü örgüt içinde nezaketi artırmanın en basit yöntemi nazik kişileri işe almaktır. Bunun için, aday seçim sürecinde yer alan kişiler adayın daha önce beraber çalışmış olduğu kişilerle irtibat kurmalıdırlar. Fazladan çaba gerektiren bir süreç olarak görülen referans kontrolü, örgütün zararlı işgörenlerden korunmasını sağlamaktadır (Pearson & Porath, 2005).

Oryantasyon Sürecinin ve Eğitim Programlarının Uygulanması: İşe alınan kişilere oryantasyon sürecinde uyulması gereken yol, yöntem ve politikalar yazılı bir şekilde verilerek yol gösterilmesi, becerilerinin geliştirilebilmesi için de gereken eğitimlerin verilmesi gerekmektedir (Pearson vd., 2000). Oryantasyon sürecinde kişilerin birbirlerine nasıl davranmaları ile ilgili örgüt ve iş beklentileri belirlenip işe yeni başlayanlara dikkatle bildirilmelidir. Öte yandan, işgörelere koçluk, etkili müzakere becerileri, çatışma ve stres yönetimi, dinleme eğitimleri düzenlenerek kişisel yeteneklerin geliştirilmesi ve işgörenlerin hissettikleri baskılar azaltılabilir (Pearson & Porath, 2005).

Beklentilerin Oluşturulması: Örgüt yöneticileri kişilerarası etkileşimde kullanacakları parametreleri açık bir şekilde belirlemelidirler. Tüm işgörenler nezaketin neden önemli olduğunu anlamalı ve saygı çerçevesinde etkileşim kurmalıdırlar. Bu etkileşimler için örgüt standartları oluşturulmalı, nezaket kuralları tanımlanmalı ve bunlar sözlü ve yazılı bir şekilde işgörelere bildirilmelidir. Tehdit etme, düşmanlık besleme, mobbing ve saldırgan davranışlara tolerans gösterilemeyeceği en başından belirtilmelidir. Bu tarz beklentilerin belirlenmesi, işletmelerin davranışları ölçmelerinde ve bunları düzeltmelerinde de bir temel oluşturmaktadır (Porath & Pearson, 2010). İşletmelerin en tepe yönetimden başlayarak uymaları gereken kuralların sözlü ve yazılı bir şekilde belirlenmesi önemlidir. Belirlenen kurallara aykırı davranıldığı takdirde, yönetici bile olsa anlayış gösterilmeyeceği de vurgulanmalıdır (Pearson & Porath, 2005). Başka bir deyişle sıfır toleranslı beklentiler oluşturulmalıdır. Sıfır tolerans anlayışı benimseyen örgütlerden bazı örnekler şu şekildedir:

- “Birbirinize karşı saygılı davranın.” (Boeing’in bütünlük ifadesi)
- “Her şeyden önce, işgörelere ilgi, saygı ve sevecen bir tutum gösterilecektir ki onlar da her Southwest müşterisine aynı ilgi, saygı ve sevecen tutumu gösterebilsin.” (Southwest Havayolları’nın misyon ifadesi)

- “Birbirimize saygılı ve ahlaklı davranmalıyız.” (AT&T’nin değer ifadesi) (Pearson & Porath, 2005).

Nazik bir ortamın oluşabileceği örgüt kültürü oluşturmak: İş ortamının nazik olmasını sağlamak devamlı bir dikkat gerektirir, işletmelerin, kaba ve nezaketsiz davranışların kabul edilemez olduğu bir çalışma ortamı ve işletme iklimi yaratmaları gerekmektedir (Tarraf, 2012). Porath ve Pearson’un (2013) yapmış oldukları çalışmada diğer kişilere kötü davrandığı konusunda itirafta bulunan yöneticilerin %25’i, kendi rol modelleri olan yöneticilerinin aynı şekilde kendilerine kaba davranmalarından ötürü bu şekilde nezaketsiz davrandıklarını belirtmişlerdir. Bu nedenle, ilk olarak yöneticiler kendi davranışlarını ve tutumlarını inceleyip, gerektiğinde davranışlarını kontrol altında tutmaya çalışmalı ve işgörenler arasındaki ilişkilerde nezaketi teşvik edebilmek için farklı stratejiler geliştirmelidirler. Örneğin yöneticiler konuşurken ses tonlarını ayarlamalı, toplantı içindeyken telefonunu kapatmalı, işgörenlerin anlattıklarına odaklanıp onları dikkatli bir şekilde dinlemeli, onları takdir etmeyi bilmeli, yöneticilikleri konusunda işgörenlerinden memnun oldukları ve olmadıkları konular hakkında geri bildirim almalıdırlar (Pearson, 2013).

İşgörenleri yapısal olarak güçlendirmek: İşgörenleri güçlendirmek işyeri nezaketsizliğinin önlenmesinde başka bir çözüm yolu olabilmektedir. Kanter’in (1979) tanımına göre yapısal güçlendirme; “işgörenlerin desteklenmeleri, bilgiye ulaşmaları, işlerini yapabilmek için gerekli kaynaklara sahip olmaları ve öğrenme ve kendilerini geliştirme fırsatlarına sahip olmaları”dır. Polatçı ve Özçalık (2013) tarafından yapılan araştırmada kendini yapısal olarak güçlendirilmiş hisseden işgörenlerin, iş ortamında daha nazik davrandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Geribildirim Uygulanması: Ödüllendirme sistemi üzerinde direkt etkisi olan geribildirim ve değerlendirmelerin, örgüt içerisindeki farklı statülerde çalışan tüm işgörenlerden alınması gerekmektedir. Genellikle kışkırtıcı taraflar, üst düzey kişilerin karşısında kurnaz bir şekilde konuşma ve harekete geçmeye ve oluşturacakları izlenimi dikkatli bir şekilde yönetmeye eğilimlidirler. Ayrıca kışkırtıcılar hiyerarşiden elde ettikleri güçleri kullanarak hedefleri korkutma yoluna gidebilmektedirler. Dolayısıyla, bir işgörenin davranışının doğasını anlamak ve etkilerini görebilmek için kişilerarası etkileşimle ilgili geribildirimlerin sadece üstlerden değil aynı zamanda akranlardan ve astlardan da alınmasına dikkat edilmelidir (Pearson vd., 2000). Bu noktada, örgüt içinde nezaket dışı davranışların azaltılmasında astlar, üstler, çalışma arkadaşlarından alınan, 360 derece geri bildirim sisteminin

uygulanması da etkili olabilmektedir. Nezaketsizlik ortaya çıktığında, düzeltici geribildirimler kışkırtıcı taraflara hızlı ve devamlı olarak verilmelidir (Cartwright & Holmes, 2006).

Kışkırtıcıyı işten uzaklaştırmak: İşyeri nezaketsizliğinin engellenmesindeki en basit yöntem, nezaketsiz davranışlarda bulunan işgörenin kovulması ya da işten uzaklaştırılmasıdır. Genellikle yöneticiler, bu işgörenleri başka birimlere göndererek sorunun çözülmesi için uğraşırlar. Oysa genelde, kışkırtıcılar yeni ortamında da nezaketsiz davranışlarını sürdürmeye devam ederler (Pearson & Porath, 2005). Başka bir deyişle nezaketsizlik bir virüs gibi örgütün farklı bir alanını kaplamaya başlar. Bu kışkırtıcılardan dolayı, işletmeden ayrılan kişilerin sorumluluğunun üstlenilmesi yerine, kayıplar daha kararlı adımlarla daha erken bir dönemde hafifletilebilir (Porath & Pearson, 2010).

Örgütten ayrılış sonrası görüşmelere yatırım yapmak: Nezaketsizliğe maruz kalan işgörenler genellikle işlerinden ayrılmaktadırlar. Bu nedenle işten ayrılma süreçlerinde işlemler yapılırken işgörenlerle işten çıkış görüşmesi (mülakatı) yapılmalıdır. Çünkü birçok işgören karşılaştıkları nezaketsiz davranışları kanıtlayamadıkları, yöneticilerin önemsemeyeceğini düşündükleri, şikayetçi güçsüz birey izlenimi oluşturmamak için sessiz kalmayı tercih ettikleri veya bu tür davranışlara bir süre dayandıktan sonra işlerini bırakmaktadırlar. Bu bağlamda bu işgörenlerle yapılacak olan işten çıkış görüşmeleri, örgüt içindeki nezaketsiz davranışların tespit edilmesini ve bu davranışlara çözüm bulunmasını sağlamaktadır (Pearson & Porath, 2005). İşletmeler, ortaya çıkmamış nezaketsiz davranışları inceleyebilmek için, bu işgörenler işletmeden ayrıldıktan ve yeni işlerinde istikrar sağladıktan sonra onlarla görüşmeler yapılmalıdır (Pearson & Porath, 2005).

2.6. İşyeri Nezaketsizliği ile İlgili Yapılmış Güncel Çalışmalar

Tablo 2’de işyeri nezaketsizliğinin etkilerinin, nezaketsiz davranışlara neden olan faktörlerin araştırıldığı, yönetim literatüründe yer alan işyeri nezaketsizliği ile ilgili yapılmış bazı çalışmalar ele alınmaktadır.

Tablo 2: İşyeri nezaketsizliğini ele alan bazı çalışmalar

Yazar	Çalışmanın Adı	Uygulama/ Araştırma Alanı	Sonuç
Cortina, Magley, Williams & Langhout (2001)	Incivility in the workplace: Incidence and impact.	Amerika'daki 1180 kamu çalışanı	Kadınların erkeklerden daha fazla nezaketsizlikle karşılaştığı, işyeri nezaketsizliğine maruz kalan işgörenlerin önemli psikolojik sıkıntılar yaşadıkları ve sıklıkla nezaketsizliğe maruz kalma ile mesleğe önem verme arasındaki ilişki olduğu belirlenmiştir.
Penney, L. M. & Spector P. E. (2005)	Job stress, incivility, and counterproductive work behavior (CWB): The moderating role of negative affectivity.	Amerika'nın Güney doğusundaki büyük bir devlet üniversitesinden gece eğitime devam eden 155 lisans öğrencisi	Nezaketsizlik ile iş tatmini arasında olumsuz bir ilişki olduğu, nezaketsizlik ile üretkenlik karşıtı iş davranışları arasında olumlu bir ilişki olduğu ve özellikle negatif duygusal özellik yüksek olan çalışanlarda görüldüğü ortaya çıkmıştır.
Blase, J., Blase, J., & Du, F. (2009)	Teacher Perspectives of School Mistreatment: Implications for District Level Administrators	ABD'de müdürleri tarafından nezaketsiz davranışlara maruz kalan 172 ilköğretim ortaokul ve lise öğretmeni	Öğretmenlerin okul müdürleri tarafından yapılan kötü muameleye maruz kaldıkları, kötü muamele davranışlarının sonucunda iş ve aile yaşamlarının zarar gördüğü , kötü muameleye maruz kalan öğretmenlerin %76'sının o okuldaki görevlerinden ayrılmak istediği bulunmuştur.
Lewis, P. S., & Malecha, A. (2011)	The impact of workplace incivility on the work environment, manager skill, and productivity	Tekساس'ta çalışan 659 hemşire	Nezaketsizlik hem yönetim becerilerini hem de verimliliği olumsuz yönde etkilemektedir. Bu çalışmaya göre örgütlerde nezaketsiz davranışlar yönetsel becerilerin azalmasına sebep olurken verimsizliği artırmaktadır.
Polatçı, S., & Özçalık, F. (2013)	Yapısal ve Psikolojik Güçlendirmenin İşyeri Nezaketsizliği ve Tükenmişliğe Etkisi	Çorum'daki bankalarda görev yapan 171 çalışan	İşyeri nezaketsizliği algısının tükenmişliği artırdığı ve kendilerini yapısal olarak güçlendirilmiş hisseden işgörenlerin iş ortamında daha nazik davrandıkları, psikolojik güçlendirme algısının, işgörenlerin iş ortamındaki nezaketsiz davranışları üzerinde etkili olmadığı , işyeri nezaketsizliğinin, yapısal güçlendirmenin tükenmişlik üzerine etkisinde kısmi aracılık rolü oynadığı, işyeri nezaketsizliğinin psikolojik güçlendirmenin tükenmişlik üzerine etkisinde aracılık rolü bulunmadığı saptanmıştır.
Kanten, (2014)	P. İşyeri Nezaketsizliğinin Sosyal Kaytarma Davranışı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Duygusal Tükenmenin Aracılık Rolü	Ankara Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan savunma, inşaat ve bilişim sektörlerindeki dört işletmeden 220 işgören	Araştırma sonucunda, işyeri nezaketsizliği ile sosyal kaytarma davranışı, duygusal tükenme ve işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunduğu, işyeri nezaketsizliğinin sosyal kaytarma davranışı üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin aracılık rolüne sahip olmadığı, işyeri nezaketsizliğinin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir.
Taştan, (2014)	S. B. İşyeri Nezaketsizliğini Öngören Örgütsel ve Durumsal Önceller İle Çalışanların Davranışsal Sonuçları Arasındaki İlişkinin ve SosyoPsikolojik Kaynakların Rolünün İncelenmesi: Sağlık Kurumlarında Yapılan Bir Araştırma	İstanbul'da faaliyet gösteren 9 özel hastanede çeşitli servislerde çalışan 244 hemşire	İşyeri nezaketsizliği ile agresif davranışlar arasında pozitif ilişki olduğu algılanan sosyal desteğin işyeri nezaketsizliğinin algılanması ile saldırgan davranışlar arasındaki ilişkide düzenleyici etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.
Miner, K. N., & Cortina, L. M. (2016).	Observed workplace incivility toward women, perceptions of interpersonal injustice, and observer occupational well-being: Differential effects for gender of the observer	Amerika'nın kuzeybatısındaki küçük bir devlet üniversitesinde çalışan 1702 öğretim üyesi ve işgören	Araştırma sonucuna göre, kadınlara karşı gözlenen nezaketsizlik ile kişilerarası adaletsizlik algısı arasında olumlu bir ilişki olduğu , adaletsizlik algısı ile mesleki mutluluk arasında olumsuz bir ilişki olduğu, kadınlara karşı gözlenen nezaketsizlik ile iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve örgütsel güven ilişkisinde adaletsizlik algısının kısmi aracılık rolü üstlendiği ve erkeklerde gözlenen nezaketsizliğin, iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve örgütsel güven üzerindeki dolaylı etkisinin kadınlara göre daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Küçük, Ö., & Çakıcı, A. (2018).	İşyeri Kabalığının İyi Oluş Haline Etkisi	Mersin ilinde kamu ve özel sektör kurumlarında çalışan 477 işgören	Nezaketsizlik bireylerin iyi oluş halini etkilemektedir.
Young, K. A., Hassan, S., & Hatmaker, D. M. (2019).	Towards understanding workplace incivility: gender, ethical leadership and personal control	Pakistan hükümetinde ve kar amacı gütmeyen çalışanlar	Kadınların işyerinde nezaketsizliğe maruz kalma olasılıklarının erkeklerden daha yüksek olduğunu ve bu durumun doğrudan denetçi etik liderlik sergilediğinde zayıfladığını gözlemlenmiştir. Ayrıca etik liderlik ve kişisel kontrolün hem erkek hem de kadın kamu çalışanlarının yaşadıkları işyeri nezaketsizliğiyle olumsuz ilişkili olduğu tespit edilmiştir.
Wang, C. H., & Chen, H. (2020).	Relationships among workplace incivility, work engagement and job performance	Konaklama endüstrisinde yer alan işletmelerde otellerdeki ön safha çalışanları katılımcılar olarak çalışmaya dahil edilmiştir	Bulgulara göre, iş arkadaşları ve müşteri nezaketsizliği, iş bağlılığı ve iş performansını düşürmüştür . Ayrıca iş arkadaşlarının yapmış olduğu nezaketsizliğin iş bağlılığı ve performansı üzerindeki etkileri, müşterilerin yapmış olduğu nezaketsizlikten daha büyüktür.
Üstün, F., & Ersolak, Ş. (2020).	Örgüt İkliminin İşyeri Nezaketsizliği Üzerine Etkisinde Makyavelist Kişilik Özelliklerinin Düzenleyici Rolü	Kayseri ve Eskişehir il merkezinde faaliyet gösteren 187 özel ve kamu banka çalışanı	Araştırma sonucunda makyavelizmin alt boyutları olan ahlaki yoksunluk, diğerlerine güvensizlik ve statü-kontrol arzusu ile iş yeri nezaketsizliği arasında düşük kuvvette pozitif yönlü bir korelasyon tespit edilmiştir. Ayrıca, makyavelizmin alt boyutlarından diğerlerine güvensizliğin iş yeri nezaketsizliği üzerinde anlamli ve negatif etkisi bulunurken, kontrol-statü arzusunun anlamli ve pozitif etkisi tespit edilmiştir. Buna karşın yine makyavelizmin alt boyutlarından olan ahlaki yoksunluğun işyeri nezaketsizliği üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.
Çiçek, B. & Çiçek, A. (2020).	İşyeri Nezaketsizliğinin Yaratıcı Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Rolü	Malatya ilindeki 420 özel sektör ve kamu kesimi çalışan ve yöneticileri	İşyeri nezaketsizliği, yaratıcı çalışan performansını ve lider-üye etkileşimini olumsuz olarak etkilemektedir . Ayrıca işyeri nezaketsizliği ile yaratıcı çalışan performansı arasındaki ilişkide lider-üye etkileşiminin aracı , mevcut işyerinde çalışma süresinin ise düzenleyici role sahip olduğu tespit edilmiştir.
Bureau, J. S., Gagne, M., Morin, A. J. S., & Mageau, G. (2021).	Transformational Leadership and Incivility: A Multilevel and Longitudinal Test	Büyük bir imalat işletmesinin 42 farklı yönetici için çalışan farklı Kanada tesislerindeki üretim işgörenleri	Çok düzeyli analizlerden elde edilen sonuçlara göre, yöneticilerin daha sık dönüştürücü liderlik davranışları sergiledikleri algılanan çalışma gruplarının 1 yıl sonra kişi ve işle ilgili nezaketsizlik düzeylerinde azalma olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, grup düzeyinde nezaketsizlik, 1 yıl sonra grup düzeyinde ihtiyaçların karşılanması konusundaki memnuniyette bir değişiklik öngörmemiştir . Boylamsal bulgular, dönüştürücü liderliğin, zaman içinde çalışma gruplarında nezaketsizliğin azaltılmasına yönelik potansiyel bir yönetim stratejisi olduğunu kanıtlamıştır.
Yıldız, S., & Bayrakçı (2020).	İşyeri Nezaketsizliği İle İş Stresi Arasındaki İlişki: Akademisyenler Üzerine Bir Araştırma	Kafkas Üniversitesi'nde görev yapan 263 akademisyen	Araştırmanın sonucunda, birinci üst yönetici nezaketsizliği ile iş arkadaşı nezaketsizliği arasında, birinci üst yönetici nezaketsizliği ile iş stresi arasında ve iş arkadaşı nezaketsizliği ile iş stresi arasında pozitif yönde anlamli bir ilişkinin olduğunu saptamışlardır.
Çoban, R., & Deniz, M. (2021).	İşyeri Nezaketsizliğinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Örgütsel Sinizmin Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma	Bursa ilinde otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir imalat fabrikasının 123 çalışanı	İşten ayrılma niyeti ve örgütsel sinizm arasında pozitif yönlü orta ve güçlü seviyede ilişkilerin olduğu , işyeri nezaketsizliğinin işten ayrılma niyeti ve örgütsel sinizmi pozitif olarak etkilediği ; örgütsel sinizmin işten ayrılma niyetini pozitif olarak etkilediği ve işyeri nezaketsizliğinin işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel sinizmin tam aracılık rolü olduğu görülmüştür.
Qian, S., Lim, V. K. G., & Gao, Y. (2022).	Can qualitative job insecurity instigate workplace incivility? The moderating roles of self-compassion and rumination	Çin'de 227 tam zamanlı çalışan	Sonuçlar, niteliksel iş güvensizliğinin olumsuz duygular yoluyla teşvik edilen işyeri nezaketsizliği ile olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu dolaylı ilişki öz-anlayışı yüksek çalışanlar arasında daha zayıf , ruminasyonu yüksek çalışanlar arasında daha güçlü olarak tespit edilmiştir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada çağdaş örgütlerde oldukça yaygın hale gelen işyeri nezaketsizliği ve işyeri nezaketsizliğinin bu örgütlere olan etkisi incelenmeye çalışılmıştır. İşgörenlerin birbirlerine karşı sergiledikleri tutum ve davranışlar, örgüt içindeki işlerin yürütülme şeklini ve çalışma ortamının huzurunu belirleyen en önemli dinamiklerdir. Sapkın bir davranış olan işyeri nezaketsizliği ise günümüzde o kadar yaygındır ki, işgörenlerin verimsiz davranışlarda bulunmalarına neden olmaktadır. Bu nedenle örgütteki nezaketsiz davranışların tespit edilmesi, önlenmesi bakımından önem taşımaktadır.

İşyeri nezaketsizliği işgörenler arasında gerçekleşen bir süreçtir. Bu süreçte işgörenlerin nezaketsiz tutumlar içinde olmalarına veya olumsuz davranışlar sergilemelerine neden olan itici bir gücün olduğu düşünülmektedir. Ancak, tespit edilmesi zor olan bu nezaketsiz davranışlar, nezaketsizliğe maruz kalan bireyler tarafından değerlendirildiği ve nezaketsiz olarak algılandığı zaman işyeri nezaketsizliği söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla nezaketsizliğin varlığı kişinin algılamasına göre değişebilmektedir. Bunun dışında işyeri nezaketsizliğinin ortaya çıkmasında, kişilik özellikleri, cinsiyet, statü, bireylerin duygusal durumları, stres düzeyi, mizaç, iş yükü, değişen iş koşulları, örgüt iklimi ve kültürü, işletme politikaları ve yönetici tutumları gibi hem bireysel hem de örgütsel birçok öncülün rol oynadığı görülmektedir.

Literatürdeki çalışmaların sonuçlarına bakıldığında, işyeri nezaketsizliğinin işletmelere son derece olumsuz etkilerde bulunduğu, hem işgörenlerin fiziksel ve ruhsal problemler yaşamasına hem de bireysel düzeyde yaşanan bu problemlerin örgüt geneline düşük iş performansı, düşük iş verimliliğine ve örgütsel maliyetin artmasına neden olduğu ortadadır. Dolayısıyla bu çalışma, işyeri nezaketsizliğinin zararlı etkilerini ve nezaketsiz ve saygısız davranışların kontrol edilmesi gerektiğini vurgulamakta, yöneticilerin medeni olmayan davranışları engellemek için gerekli adımları belirlemesi ve atması konusunda aydınlatmaya çalışmaktadır.

Nezaketli davranışların hâkim olduğu örgütlerde pozitif örgüt iklimi, işe devamlılığın, iş tatmininin ve verimliliğin yüksek olması gibi olumlu çıktıların varlığından söz etmek mümkündür. Örgüt için faydalı olan bu davranışların sergilendiği çalışma ortamlarının oluşturulmasında ise en önemli katkıyı ve sürecin yürütülmesini sağlayacak olanlar ise yöneticiler olmaktadır. Yönetimin bu konuda samimi olması ve güçlü duruş sergilemesi sonucunda oluşacak örgüt iklimi ve kültürü ile işyeri nezaketsizliğinin oluşması engellenebilmekte ve var olan nezaketsiz ortam ortadan kaldırılabilmektedir. Bu noktada, iş arkadaşlarının birbirlerini desteklediği, saygı ve ilgi gösterdiği bir ortam yaratmaya çalışmaları,

müşterilerin nezaketsiz ve kaba olduğu durumlarda bile, bu tür suistimalleri tespit etmek ve olumsuz duygulanımla başa çıkmak için işgörene sosyal ve duygusal destek sağlamaları, işgören seçiminde, eğitim ve oryantasyon sürecinde gerekli özeni göstermeleri, nazik bir ortamın oluşabileceği örgüt kültürü oluşturmaları yöneticilerin birincil sorumlulukları arasında olmalıdır. Öte yandan örgüt içinde nezaketsizce davranan kışkırtıcı tarafları da gerekli koşullarda işyerinden uzaklaştırmaları, sağlıklı ve işbirliğine dayanan bir örgütün oluşturulabilmesi için işyeri nezaketsizliğinin engellenmeye çalışılması gerekmektedir.

Kavramsal bir inceleme olan bu çalışma ile, işyeri nezaketsizliğinin öncüllerini ve sonuçlarını anlamak ve yönetilmesi ve engellenmesinde etkili olabilecek faktörleri belirleyerek, gelecek çalışmalar için araştırmacılara ve uygulamacılara temel bir çerçeve sunulmaktadır. Bu çerçevede yapılacak olan çalışmaların, örgütsel davranış alanındaki yeni gelişmeler ile farklı bakış açılarının ortaya çıkmasını ve alanın bu bakış açısıyla tekrar değerlendirilmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda işyeri nezaketsizliğinin iş hayatındaki rolüne ilişkin çalışmalar artırılarak örgüt içindeki işgören davranışlarının örgüt sağlığına ve örgüt verimliliğine etkisinin ortaya konulması ve işyeri nezaketsizliğinin yönetimine yönelik ampirik çalışmalar yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Andersson, L. M., & Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review*, 24(3), 452-471.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989) Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Blase, J., Blase, J., & Du, F. (2009). Teacher perspectives of school mistreatment: Implications for district level administrators. *Journal of Scholarship and Practice*, 6(1), 8-21.
- Blau, G., & Andersson, L. (2005). Testing a measure of instigated workplace incivility. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78, 595-614.
- Bureau, J. S., Gagné, M., Morin, A. J. S., & Mageau, G. A. (2021). Transformational leadership and incivility: A multilevel and longitudinal test show less. *Journal of Interpersonal Violence*, 36, 1–26.
- Cartwright, S., & Holmes, N. (2006). The meaning of work: the challenge of regaining employee engagement and reducing cynicism. *Human Resource Management Review*, 16, 199-208.
- Caza, B. B., & Cortina, L. M. (2007). From insult to injury: Explaining the impact of incivility. *Basic and Applied Social Psychology*, 29(4), 335-350.
- Cortina, L. M. (2008). Unseen injustice: Incivility as modern discrimination in organizations. *Academy of Management Review*, 33(1), 55-75.
- Cortina, L. M., Magley, V. J., Williams, J. H., & Langhout, R. D. (2001). Incivility in the workplace: Incidence and impact. *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(1), 64-80.
- Crampton, S. M., & Hodge, J. W. (2008). Rudeness and incivility in the workplace. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, 41-48.

Çiçek, B., & Çiçek, A. (2020). İşyeri nezaketsizliğinin yaratıcı çalışan performansı üzerindeki etkisi: Lider-üye etkileşiminin aracılık rolü. *İş ve İnsan Dergisi*, 7(2), 267-282.

Çoban, R., & Deniz, M. (2021). İşyeri nezaketsizliğinin işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel sinizmin aracılık rolü üzerine bir araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(34), 1226-1259.

Delen, M. G. (2010). Çalışma Hayatında İşyeri Kabalığı Olgusu. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, (53), 43-58.

Dietz, J., Robinson, S. L., Folger, R., Baron, R. A. & Schulz, M. (2003). The impact of community violence and an organization's procedural justice climate on workplace aggression. *Academy of Management Journal*. 46(3).

Dion, M. J. (2006). The impact of workplace incivility and occupational stress on the job satisfaction and turnover of acute care nurses. *Doctoral Dissertations, University Of Connecticut*.

Faheem, M. A., & Mahmud, N. (2015). Workplace incivility in predicting turnover intentions and job performance: Study on nurses of public sector hospitals of Pakistan. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 10(8), 863-870.

Felblinger, D. M. (2008). Incivility and bullying in the workplace and nurses shame responses. *Journal of Obstetric, Gynecologic & Neonatal Nursing*, 37(2), 234-242.

Giumetti, G. W., & Hatfield, A. L. (2013). What a rude e-mail! Examining the differential effects of incivility versus support on mood, energy, engagement, and performance in an online context. *Journal of Occupational Health Psychology*, 18, 297-309.

Griffin, B. (2010). Multilevel relationships between organizational-level incivility, justice and intention to stay. *Work and Stress*, 24(4), 309-323.

Hornstein, H. (2003). A Workplace incivility: An unavoidable product of human nature and organizational nurturing. *Ivey Business Journal*, 68(2), 3-4.

Hutton, S., & Gates, D. (2008). Workplace incivility and productivity losses among direct care staff. *Journal of American Association of Occupational Health Nurses*, 56(4), 168-175.

Işıkay, Ç. (2019). İşyeri nezaketsizliği ve demografik özellikler arasındaki ilişkiler: Hemşireler üzerine bir inceleme. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 5(1), 51-68.

İslamoğlu, G. (2018). İşyeri Nezaketsizliği. Tülay Turgut (Ed.), Örgütsel Davranış: Gündemdeki Konular içinde, İstanbul: Çağlayan, 139-165.

Johnson, P. R., & Indvik, J. J. (2001). Slings and arrows of rudeness: incivility in the workplace. *Journal of Management Development*, 20(8), 705-714.

Kanten, P. (2014). İşyeri nezaketsizliğinin sosyal kaytarma davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde duygusal tükenmenin aracılık rolü. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 11-26.

Kanter, R. M. (1979). Power failure in management circuits. *Harvard Business Review*, 57(4), 65-75.

Kumral, T., & Çetin, C. (2016). İşyeri nezaketsizliği üzerine bir yazın incelemesi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ek sayı 1, 153-171.

Küçük, Ö., & Çakıcı, A. (2018). İşyeri kabalığının öznel iyi oluş haline etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 5(1), 75-87.

Lewis, P., & Malecha, A. (2011). The impact of workplace incivility on the work environment, manager skill, and productivity. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 41(1), 41-47.

Lewis, P. S. (2009). *Individual and organizational factors that predict workplace incivility: impact on costs, absenteeism, and productivity* [Doctor of Philosophy]. Texas Woman's University.

Lim, S., & Lee, A. (2011). Work and nonwork outcomes of workplace incivility: Does family support help?. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(1), 95-111.

Loh, J. M. I. (2016). *Merlion: The influence of Singapore's cosmopolitan culture on workplace incivility*. Workplace Abuse, Incivility and Bullying : Methodological and Cultural Perspectives (1. eds.). Oxon United Kingdom: Routledge, 143-155.

Martin, R. J., & Hine, D. W. (2005). Development and validation of the uncivil workplace behaviour questionnaire. *Journal of Occupational Health Psychology*, 10(4), 477-490.

Milam, A. C., Spitzmueller, C., & Penney, L. M. (2009). Investigating individual differences among targets of workplace incivility. *Journal of Occupational Health Psychology*, 14(1), 58-69.

Miner, K. N., & Cortina, L. M. (2016). Observed workplace incivility toward women, perceptions of interpersonal injustice, and observer occupational well-being: differential effects for gender of the observer. *Frontiers in Psychology*, 7(1), 1-12.

Montgomery, K., Kane, K., & Vance, C. M. (2004). Accounting for differences in norms of respect. *Group & Organization Management*, 29(2), 248-268.

Morrow, P.C., Mcelroy, J. C., & Scheibe, K. P. (2011). Work unit incivility, job satisfaction, and total quality management among transportation employees.

Naimon, E. C., Mullins, M. E., & Osatuke, K. (2013). The effects of personality and spirituality on workplace incivility perceptions. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 10(1), 91-110.

Namie, G. (2003). Workplace bullying: Escalated incivility. *Ivey Business Journal*. 68(2), November-December, 2-6.

Nitzsche, M., Ribeiro, L., & Laneiro, T. (2018). Workplace incivility among portuguese hotel employees: Is lack of respect burning them out? *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 6(1), 52-71.

Özgener, Ş. (2016). *İş ahlakının temelleri: Yönetmel bir yaklaşım*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. Ankara.

Pearson, C., & Porath, C. (2009). *The cost of bad behavior: How incivility is damaging your business and what to do about it*. Penguin, New York.

Pearson, C. M., & Porath, C. L. (2005). On the nature, consequences and remedies of workplace incivility: No time for "nice"? think again. *Academy of Management Executive*, 19(1), 7-18.

Penney, L. M., & Spector, P. E. (2005). Job stress, incivility, and counterproductive work behavior (CWB): The moderating role of negative affectivity. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 777-796.

Polatçı, S., & Özçalık, F. (2013). Yapısal ve psikolojik güçlendirmenin işyeri nezaketsizliği ve tükenmişliğe etkisi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(1), 17-34.

Porath, C., & Pearson, C. (2013). The price of incivility. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2013/01/the-price-of-incivility>.

Porath, C. L., & Pearson, C.M. (2010). The cost of bad behaviour. *Organizational Dynamics*, 39(1), 64-71.

Qian, S., Lim, V. K. G., & Gao, Y. (2022). Can qualitative job insecurity instigate workplace incivility? The moderating roles of self-compassion and rumination. *Career Development International*, 27(5), 511-525.

Rahim, A., & Cosby, D. M. (2016). A model of workplace incivility, job burnout, turnover intentions, and job performance. *Journal of Management Development*, 35(10), 1255-1265.

Reio Jr. T. G., & Ghosh, R. (2009). Antecedents and outcomes of workplace incivility: Implications for human resource development research and practice. *Human Resource Development Quarterly*, 20(3), 237-264.

Ko, S. H., Kim, J., & Choi, Y. (2021). Compassion and workplace incivility: Implications for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, MDPI, Open Access Journal*, 7(1), 1-12.

Tarraf, R. C. (2012). Taking a closer look at workplace incivility: Dimensionality and source effects. *The degree in Master of Science, The University of Western Ontario The School of Graduate and Postdoctoral Studies Graduate Program in Psychology*.

Taştan, S. Ç. (2014). İşyeri nezaketsizliğini öngören örgütsel ve durumsal önceller ile çalışanların davranışsal sonuçları arasındaki ilişkinin ve sosyo-psikolojik kaynakların rolünün incelenmesi: Sağlık kurumlarında yapılan bir araştırma. *'İş, Güç' Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6(3), 61-77.

Taylor, S. G., & Kluemper, D. H. (2012) Linking perceptions of role stress and incivility to workplace aggression: The moderating role of personality. *Journal of Occupational Health Psychology*, 17(3), 316-329.

Toker, G. A. (2010). *Mobbing: İş Yerinde Yıldırma Nedenleri ve Başa Çıkma Yöntemleri*, 1. Basım, Ankara: Öğreti Akademi.

Torkelson, E., Holm, K., & Bäckström, M. (2016). Workplace incivility in a Swedish context. *Nordic Journal of Working Life Studies*, 6(2), 3-22.

Üstün, F., & Ersolak, Ş. (2020). Makyavelizm ve iş yeri nezaketsizliği: Banka çalışanları üzerine bir araştırma. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 329-343.

Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D., & Skarlicki, D. P. (2010). The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of Management*, 36(6), 1486-1504.

Wang, C. H., & Chen, H. T. (2020). Relationships among workplace incivility, work engagement and job performance. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 415-429.

Watson, D., & Tellegen, A. (1985). Toward a consensual structure of mood. *Psychological Bulletin*, 98(2), 219-235.

Yıldız, S., & Bayrakçı, C. (2020). İşyeri nezaketsizliği ile iş stresi arasındaki ilişki: Akademisyenler üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 40, 515-529.

Young, K. A., Hassan, S., & Hatmaker, D. M. (2019). Towards understanding workplace incivility: gender, ethical leadership and personal control. *Public Management Review*, 1-22.

Zauderer, D. G. (2002). Workplace incivility and the management of human capital. *The Public Manager*, 31(1), 36-42.

Dergi Yayın İlkeleri / Journal Publication Principles

- Dergiye gönderilen çalışmalar bilimsel ve özgün olmalıdır.
- Kongre, sempozyum vb. bilimsel etkinliklerde sunulmuş ancak yayınlanmamış olan çalışmalar, belirtilmek şartı ile dergide yayınlanabilir.
- Dergiye yayınlanmak üzere gönderilen çalışmalar daha önce başka bir yerde yayınlanmamış ve yayınlanmak üzere başka bir yere gönderilmemiş olmalıdır.
- Makalelerde yazar unvanları, isimleri, kurumları, bölümleri ve e-mail bilgileri çalışmanın en başında ayrı bir sayfada gönderilmeli ve sorumlu yazar belirtilmelidir.
- Makalenin tamamının 10.000 kelimeyi geçmemesine özen gösterilmelidir.
- Dergide yayınlanan makalelerin gönderim ve kabul tarihleri makalelerin ilk sayfasının altında gösterilir.

Yazım Kuralları / Spelling Rules

Tüm makaleler, A4 kâğıdı (210 x 297 mm) boyutunda her kenardan 2,5 cm boşluk bırakılarak, Microsoft Word yazılım programı kullanılarak yazılmalıdır.

Yazı karakteri Times New Roman; çalışmanın adı (Türkçe/İngilizce) 14 punto, diğer bütün bölümleri 12 punto, 1.5 satır aralıklı iki yana yaslanmış olmalıdır. Paragraflarda girinti bölümünde ilk satır seçeneği seçilmeli ve 1,25 cm olmalıdır.

Makalelerde sayfa numarası olmamalıdır.

Makalenin Türkçe ve İngilizce başlığının, ilk harfleri büyük, koyu ve sayfaya ortalanmış olarak yazılmalıdır. Türkçe ve İngilizce başlıkların 16 kelimeyi aşmamalıdır.

İngilizce çalışmalarda Türkçe; Türkçe çalışmalarda ise, İngilizce özet yer almalıdır. Özet/abstract 250 kelimeyi aşmamalı ve iki yana yaslı olmalıdır. Özet/abstract başlıklarının altında en az 3 en fazla 5 anahtar kelime/keywords bulunmalıdır.

Giriş bölümünden itibaren bütün bölümler numaralandırılmalıdır. Numaralandırma 1., 1.1. 1.2, 1.3., şeklinde olmalı ve girinti bulunmamalıdır.

Tablo ve şekiller gerektiğinde 8 puntoya kadar düşürülerek tek sayfaya ortalayarak sığdırılmalıdır. Tek sayfaya sığmayan tablo ve şekiller ek olarak çalışmanın en sonunda gösterilmelidir. Metin kısmındaki tabloların kaynakları tablo ve şekil altında verilmelidir. Tablo ve Şekillerin numaraları kendi içerisinde sıralanmalı ve başlıklar tablonun üstünde, şeklin altında yer almalıdır. Tablo ve Şekil başlıklarının yalnızca ilk kelimesi büyük harfle başlamalı ve ortalanmalıdır.

Kaynaklar, “KAYNAKÇA” ismi ile sonuç bölümünden sonra ve eklerden önce alfabetik olarak numaralandırılmadan sıralanmalıdır.

Metin içi atıflarda ve kaynakçanın yazımında APA 7 stili kullanılmalıdır.

Referans Örnekleri

- Dergi makalesi

Grady, J. S., Her, M., Moreno, G., Perez, C., & Yelinek, J. (2019). Emotions in storybooks: A comparison of storybooks that represent ethnic and racial groups in the United States. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 207- 217. <https://doi.org/10.1037/ppm0000185>

Alıntı gösterim şekilleri

(Grady vd., 2019)

Grady ve diğerleri (2019)

- Gazete Makalesi

Carey, B. (2019, Mart 22). Can we get better at forgetting? *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/03/22/health/memory-forgetting-psychology.html>

Harlan, C. (2013, Nisan 2). North Korea vows to restart shuttered nuclear reactor that can make bomb-grade plutonium. *The Washington Post*, A1, A4.

Stobbe, M. (2020, Ocak 8). Cancer death rate in U.S. sees largest one-year drop ever. *Chicago Tribune*.

Alıntı gösterim şekilleri

(Carey, 2019; Harlan, 2013; Stobbe, 2020)

Carey (2019), Harlan (2013), ve Stobbe (2020)

- Kitap

Jackson, L. M. (2019). *The psychology of prejudice: From attitudes to social action* (2. bs.). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000168-000>

Sapolsky, R. M. (2017). *Behave: The biology of humans at our best and worst*. Penguin Books.

Alıntı gösterim şekilleri

(Jackson, 2019; Sapolsky, 2017)

Jackson (2019) ve Sapolsky (2017)

- Editörlü Kitap

Kesharwani, P. (Ed.). (2020). *Nanotechnology based approaches for tuberculosis treatment*. Academic Press.

Torino, G. C., Rivera, D. P., Capodilupo, C. M., Nadal, K. L., & Sue, D. W. (Eds.). (2019). *Microaggression theory: Influence and implications*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119466642>

Alıntı gösterim şekilleri

(Kesharwani, 2020; Torino vd., 2019)

Kesharwani (2020) ve Torino ve diğerleri (2019)

- Editörlü Yeniden Basılmış Kitap

Watson, J. B., & Rayner, R. (2013). *Conditioned emotional reactions: The case of Little Albert* (D. Webb, Ed.). CreateSpace Independent Publishing Platform. <http://a.co/06Se6Na> (Orijinal çalışma 1920 yılında yayınlanmıştır).

Alıntı gösterim şekilleri

(Watson & Rayner, 1920/2013)

Watson ve Rayner (1920/2013)

- Çok Ciltli Çalışmalarda Birkaç Bölüm

Harris, K. R., Graham, S., & Urdan T. (Eds.). (2012). *APA educational psychology handbook* (Cilt 1–3). American Psychological Association.

Alıntı gösterim şekilleri

(Harris vd., 2012)

Harris ve diğerleri (2012)

- Editörlü kitaplarda bölüm

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). *Culinary arts: Talent and their development*. R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Developing human potential into domain-specific talent* (ss. 345–359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Dillard, J. P. (2020). *Currents in the study of persuasion*. M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (4. bs., pp. 115–129). Routledge.

Alıntı gösterim şekilleri

(Aron vd., 2019; Dillard, 2020)

Aron ve diğerleri (2019) ve Dillard (2020)

- Basılı sözlük

American Psychological Association. (2015). Mood induction. *APA dictionary of psychology* (2. bs., s. 667).

Merriam-Webster. (2003). Litmus test. *Merriam-Webster's collegiate dictionary* (11. bs., s. 727).

Alıntı gösterim şekilleri

(American Psychological Association, 2015; Merriam-Webster, 2003)

American Psychological Association (2015) ve Merriam-Webster (2003)

- Devlet kurumu raporları

National Cancer Institute. (2019). *Taking time: Support for people with cancer* (NIH Yayın No. 18-2059). U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health. <https://www.cancer.gov/publications/patient-education/takingtime.pdf>

Alıntı gösterim şekilleri

(National Cancer Institute, 2019)

National Cancer Institute (2019)

- Yazar Raporları

Baral, P., Larsen, M., & Archer, M. (2019). *Does money grow on trees? Restoration financing in Southeast Asia*. Atlantic Council. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/does-money-grow-on-trees-restoring-financing-in-southeast-asia/>

Stuster, J., Adolf, J., Byrne, V., & Greene, M. (2018). *Human exploration of Mars: Preliminary lists of crew tasks* (Rapor No. NASA/CR-2018-220043). National Aeronautics and Space Administration. <https://ntrs.nasa.gov/archive/nasa/casi.ntrs.nasa.gov/20190001401.pdf>

Alıntı gösterim şekilleri

(Baral vd., 2019; Stuster vd., 2018)

Baral ve diğerleri (2019) ve Stuster ve diğerleri (2018)

- Bildiriler

Evans, A. C., Jr., Garbarino, J., Bocanegra, E., Kinscherff, R. T., & Márquez-Greene, N. (2019, Ağustos 8–11). *Gun violence: An event on the power of community* [Konferans sunumu]. APA 2019 Convention, Chicago, IL, United States. <https://convention.apa.org/2019-video>

Alıntı gösterim şekilleri

(Evans vd., 2019)

Evans ve diğerleri (2019)

- Bildiri Özetleri

Cacioppo, S. (2019, Nisan 25–28). *Evolutionary theory of social connections: Past, present, and future* [Konferans sunumu özeti]. Ninety-ninth annual convention of the Western Psychological Association, Pasadena, CA, United States. <https://westernpsych.org/wp-content/uploads/2019/04/WPA-Program-2019-Final-2.pdf>

Alıntı gösterim şekilleri

(Cacioppo, 2019)

Cacioppo (2019)

- Yayınlanmamış Tezler

Harris, L. (2014). *Instructional leadership perceptions and practices of elementary school leaders* [Yayınlanmamış doktora tezi]. University of Virginia.

Alıntı gösterim şekilleri

(Harris, 2014)

Harris (2014)

- Filmler

Fleming, V. (Yönetici). (1939). *Gone with the wind* [Film]. Selznick International Pictures; Metro-Goldwyn-Mayer.

Alıntı gösterim şekilleri

(Fleming, 1939)

Fleming (1939)

- YouTube videoları

Asian Boss. (2020, Haziran 5). *World's leading vaccine expert fact-checks COVID-19 vaccine conspiracy: Stay curious #22* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WQdLDMLrYIA>

Harvard University. (2019, Ağustos 28). *Soft robotic gripper for jellyfish* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=guRoWTYfxMs>

Alıntı gösterim şekilleri

(Asian Boss, 2020; Harvard University, 2019)

Asian Boss (2020) ve Harvard University (2019)

- Haber Web Sitesindeki Web Sayfası

Bologna, C. (2019, Ekim 31). *Why some people with anxiety love watching horror movies*. *HuffPost*. https://www.huffpost.com/entry/anxiety-love-watching-horror-movies_1_5d277587e4b02a5a5d57b59e

Roberts, N. (2020, Haziran 10). *Trayvon Martin's mother, Sybrina Fulton, qualifies to run for elected office*. BET News. <https://www.bet.com/news/national/2020/06/10/trayvon-martin-mother-sybrina-fulton-qualifies-for-office-florid.html>

Toner, K. (2020, Eylül 24). *When Covid-19 hit, he turned his newspaper route into a lifeline for senior citizens*. CNN. <https://www.cnn.com/2020/06/04/us/coronavirus-newspaper-deliveryman-groceries-senior-citizens-cnnheroes-trnd/index.html>

Alıntı gösterim şekilleri

(Bologna, 2019; Roberts, 2020; Toner, 2020)

Bologna (2019), Roberts (2020), ve Toner (2020)

Daha fazla bilgi için <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references> adresini ziyaret edebilirsiniz.

Makale Gönderimi / Submitting Articles

Makale gönderimi sadece internet üzerinden derginin web sayfasına yüklenmelidir. Makalenin gönderimi sonrasındaki bütün süreçler dergi web sayfasından yazarlar tarafından takip edilmelidir. Makale ile ilgili bütün düzeltmeler ve değişiklikler dergi web sayfası üzerinden yapılacaktır. İstenilen düzeltme ve değişiklikler 15 gün içinde yapılmazsa makale yayın sürecinden çıkarılacaktır.