



CİLT:1 • SAYI:1 • HAZİRAN 2024

SÖKE İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ (SİFD)

Journal of Söke Business Faculty



Söke İşletme Fakültesi Dergisi (SİFD)

Journal of Söke Business Faculty



Yıl/Year: 2024

Cilt/Volume: 1

Sayı/Issue: 1

İmtiyaz Sahibi / Published by

Prof. Dr. Bülent KENT Rektör / Rector

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Söke İşletme Fakültesi Adına
Prof. Dr. Cemal İYEM

Baş Editör / Editor-in-Chief

Doç. Dr. Beyza ERER (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)

Genel Editör / General Editor

Dr. Öğr. Üyesi Zümre ÖZDEMİR GÜLER (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Cemal İYEM, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Doç. Dr. Alper Ateş, Selçuk Üniversitesi

Doç. Dr. Beyza Erer, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Doç. Dr. Kurtuluş BOZKURT, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zümre ÖZDEMİR GÜLER, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Kurtuluş BOZKURT, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Büşra KUTLU KARABIYIK, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zeliha CAN ERGÜN, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Yazışma Adresi / Correspondence Address

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Söke İşletme Fakültesi Dergisi Editörlüğü

Yenikent, 32. Sk., 09200 Söke/Aydın

Telefon: (0256) 220 73 00

E-mail:sifdergi@adu.edu.tr

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sifd>

Söke İşletme Fakültesi Dergisi yılda iki defa yayınlanan uluslararası indekslerde taranan hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

Söke Business Faculty Journal is a refereed journal published twice a year and indexed in international indexes. All responsibility for the articles published in the journal belongs to the authors.



Söke İşletme Fakültesi Dergisi (SİFD)
Journal of Söke Business Faculty



Yıl/Year: 2024

Cilt/Volume: 1

Sayı/Issue: 1

Bilim ve Danışma Kurulu

- Prof. Dr. Atilla ARICIOĞLU (Necmettin Erbakan Üniversitesi (TÜRKİYE))
Prof. Dr. Asuman ALTAY (Dokuz Eylül Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Ceyhun Çağlar KILINÇ (Akdeniz Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Emre CENGİZ (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Gamze Yücesan ÖZDEMİR (Ankara Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Gönül ALKAN (Dokuz Eylül Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Gülüşan Özgün BAŞIBÜYÜK (Akdeniz Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Hasan Kürşat GÜLEŞ (Selçuk Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Mehmet Akif BAKIR (Gazi Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Murat ATAN (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Mustafa ÇETİN (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Mustafa KESEN (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Oğuz KARADENİZ (Pamukkale Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK (Sakarya Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Serhat YÜKSEL (İstanbul Medipol Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Prof. Dr. Türker TOPALHAN (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Alper ATEŞ (Selçuk Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Doğan BAKIRTAŞ (Manisa Celal Bayar Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Filiz KARDİYEN (Gazi Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Halil AKMEŞE (Necmettin Erbakan Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. İlknur Çevik TEKİN (Selçuk Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Kurtuluş Bozkurt (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Rukiye Şebnem YAŞAR (Dokuz Eylül Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Doç. Dr. Volkan IŞIK (Hacettepe Üniversitesi) (TÜRKİYE)
Dr. Öğr. Üyesi Hazar Vural Jane (İstanbul Aydın Üniversitesi) (TÜRKİYE)



Söke İşletme Fakültesi Dergisi (SİFD)
Journal of Söke Business Faculty



Yıl/Year: 2024

Cilt/Volume: 1

Sayı/Issue: 1

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Evaluation of Geographical Indication Foods in the Context of Gastronomy Tourism: Analyzing the Menus of Local Restaurants in Konya (Coğrafi İşarete Sahip Yemeklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Konya'daki Yerel Restoranların Menülerinin İncelenmesi)

Alper ATEŞ, Şerife Özgün ÇITAK, Halil SUNAR1-15

Finansal Okuryazarlık, Finansal Tabana Yayılma ve Finansal Erişim Üzerine Literatür İncelemesi (Literature Review on Financial Literacy, Financial Inclusion and Financial Access)

Ömer Faruk KORKMAZ, Selin SOĞUKOĞLU KORKMAZ, H. Arif TUNÇEZ, Nuri GÜLTEKİN16-25

Alternatif Turizm Bağlamında Bitlis İli Bisiklet Turizmi Rotalarının Değerlendirilmesi (An Assessment of the Province of Bitlis's Bicycle Tourism Routes in Relation to Alternative Tourism)

Abdullah KÖSEOĞLU, Selda UCA, Özge KORKMAZ26-39

Enflasyon Belirsizliği Girişimci Kararları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi (The Relationship between Inflation Uncertainty, Entrepreneurial Decisions and Economic Growth)

Aytaç DEMİRAY40-46

Kamu Kurumlarında Yetenek Yönetimi: Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Uygulamaları (Talent Management in Public Institutions: Applications Presidency of The Republic of Türkiye Human Resources Office)

Abdullah EVİRGEN47-67



Söke İşletme Fakültesi Dergisi (SİFD)
Journal of Söke Business Faculty



Yıl/Year: 2024

Cilt/Volume: 1

Sayı/Issue: 1

TARANILAN İNDEKS VE VERİ TABANLARI

İdealonline

<https://www.idealonline.com.tr/IdealOnline/index.xhtml>



Evaluation of Geographical Indication Foods in the Context of Gastronomy Tourism: Analyzing the Menus of Local Restaurants in Konya*

Coğrafi İşarete Sahip Yemeklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Konya'daki Yerel Restoranların Menülerinin İncelenmesi

Alper ATEŞ

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi

alpera@selcuk.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-4347-7306>

Şerife Özgün ÇITAK

Öğr. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi

sozguncitak@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2347-6218>

Halil SUNAR

Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi

halil.sunar@windowslive.com

<https://orcid.org/0000-0002-5131-4056>

Application Date: 22.05.2024

Acceptance Date: 04.06.2024

Manuscript Type: Research Article

Anahtar Kelimeler:

ÖZET

Coğrafi işaret, Yerel restoranlar, Gastronomi turizmi, Menü analizi, Konya

Coğrafi işaretler yerel gıda değerlerinin tüketimini teşvik eder, kültürel değerleri korur ve bölgeyi tanıtır. Bu fonksiyonlarla coğrafi işaretli yiyecekler günümüzün popüler turizm türlerinden birisi olan gastronomi turizmine katılan bireyler için önemli bir çekicilik unsuru oluştururlar. Anadolu Selçuklularının başkenti olan, Çatalhöyük gibi tarih öncesi topraklar üzerinde yer alan ve Hz. Mevlana'nın ebedi istirahatgahı olan Konya, zengin gastronomi kültürü ile Türkiye'nin coğrafi işaretli ürünleri en yüksek sayıda olan şehirlerindedir. Araştırmanın amacı, Konya'nın coğrafi işaretli yemekleri, fırın ürünleri ve tatlılarının yerel restoran menülerinde yer almalarının gastronomi turizmi perspektifinden incelenmesidir. Araştırma, Konya'da Mevlana Müzesi çevresinde faaliyet gösteren restoranların menüleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 59 yerel restorandan kriterleri sağlayan 17 yerel restoranın menüleri içerik analizi yönetimi ile incelenmiştir. Elde edilen sonuçlarda Konya'nın sahip olduğu gastronomik zenginliği restoran menülerine yansıtmadığı, yemek skalası böylesine geniş olan bir şehrin yemeklerinden menülerde en çok yer bulanların "sac arası, etli banya çorbası" olduğu tespit edilmiştir. 58 adet coğrafi işaretli yemekten 40 tanesinin ise menülerde yer almadığı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre menülerin düzenlenmesi ve coğrafi işaretli ürünlerin ilerleyen dönemlerdeki yönetim süreçleri ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

Keywords:

ABSTRACT

Geographical indication, Local restaurants, Gastronomy tourism, Menu analysis, Konya

Geographical indications encourage the consumption of local food values, protect cultural values, and promote the region. With these functions, geographical indication foods constitute a vital attraction factor for individuals participating in gastronomy tourism, one of today's popular types of tourism. Konya, the capital of the Anatolian Seljuks, located on prehistoric lands such as Çatalhöyük and the eternal resting place of Hz. Mevlana, is one of the cities with the most geographical indication products in Turkey with its rich gastronomic culture. The research aims to examine the inclusion of Konya's geographical indication foods, bakery products, and desserts in local restaurant menus from the perspective of gastronomy tourism. The research was conducted on the menus of restaurants operating around Mevlana Museum in Konya. The research analyzed the menus of 17 local restaurants that met the criteria of 59 local restaurants using the content analysis method. In the results obtained, it was determined that Konya could not reflect its gastronomic richness to the restaurant menus, and the most common foods in the menu of a city with such a wide food scale were "sac arası, etli banya and okra soup with meat". 40 of the 58 geographical indication foods were not included in the menus. According to the research findings, suggestions were made regarding the organization of menus and the management processes of geographical indication products in the future.

* This article is derived from the study titled "Evaluation of Registered Geographical Indication Products of Konya within the Scope of Gastronomy Tourism" presented at the "Transport, Logistics, Tourism and Sport Science (IAC-TLTS) 2022" congress by expanding literature, research and conclusion sections.

1. INTRODUCTION

In recent years, protecting geographical indications (GI) regarding products has been a highly contentious issue in international trade negotiations (Raimondi et al., 2020: 331). The significance of local values is growing due to the rising homogeneity of goods and services, which causes these negotiations (Fernández-Ferrín et al., 2019: 2). Consequently, legal laws have been implemented to protect items associated with a particular local culture and geography. These regulations, such as GIs, aim to prevent unfair competition and safeguard against counterfeit imitations. The conversion of regional goods into tourism commodities through GIs and the resulting impacts represent a pivotal concern in destination marketing endeavors. The surge in interest and demand for locally sourced items within a region safeguards these products. The presence of gastronomic products plays a fundamental role in the competitiveness of tourist destinations and the development of tourism (López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012: 63). Furthermore, it contributes to the long-term viability of the local economy by fostering the growth of small-scale producers and craftspeople. Destination marketing activities, which include GI products, can attract tourists seeking authentic experiences and contribute to the overall cultural preservation of the region by emphasizing the distinctive traits and legacy of these items.

Türkiye's GI products, including meals, soups, pastries, and desserts are increasingly popular due to the growing desire for nature and locality. Cities aim to add brand value by protecting traditional dishes through registration, ensuring they stand out and contribute to the country's culinary heritage (Doğanlı, 2020: 527). Due to its favorable geographical location and historical significance, Türkiye possesses significant potential for GIs and a diverse portfolio. GI products involve local cuisine registration, promotion, transformation, and marketing. Local cuisine in Türkiye, safeguarded by geographical indicators, significantly contributes to the country's tourism industry. Integrating protection, production, and incorporation of these items into tourism is vital for Türkiye's economic expansion. GI is a significant factor in promoting culinary tourism. When individuals select a destination for gourmet tourism, they carefully analyze the culinary culture and variety of food available at the site. Consequently, they formulated their travel arrangements in response to this evaluation.

The transformation of gastronomy into science and art and its integration with tourism increases the value of GI products in gastronomy tourism. It enables tourists to travel to these destinations (Yeşildağ et al., 2017: 178). When the research on GIs is examined, it is seen that the use of GI in the tourism sector contributes to the increase in tourism revenues, promotion of the region, and employment in the region (Kan et al., 2012: 59). Studies researching the use of GI products within the scope of gastronomy tourism can be divided into three groups. The first group includes studies in which a single GI product is discussed (Şimşek & Güleç; 2020; Kök & Güngör, 2021; Ekinci & Gök, 2022; Çavuş & Eker, 2022; Güngör, 2022; Şengül & Çilgınoğlu, 2023); the second group includes studies in which all GI products of the city are discussed (Polat, 2017; Hazarhun & Tepeci, 2018; Kargıglioğlu et al., 2019; Yazıcıoğlu et al., 2019; Canbolat & Çakıroğlu, 2020; İflazoğlu & Yaman, 2020; Süslü et al., 2020; Akay, 2021; Baran & Karaca, 2021; Avşar & Eryılmaz, 2022; Ercan & Bayesen, 2022; Arslan, 2023; Nazıkgül & Ödemiş, 2024) and the third group consists of studies examining GI products in the whole country (Bilge et al., 2019; Denk, 2021; Baran & Karaca, 2021; Çekiç et al., 2023; Çoşkun et al., 2024).

In the literature review conducted within the scope of the study, three studies (Erik & Pekerşen, 2018; Temiz, 2019; Akgöz et al., 2024) were found that directly examined Konya's GI products from the perspective of gastronomy tourism. Erik and Pekerşen (2018) investigated the contribution of GI gastronomic items of Konya province to the development of tourism in the region. Temiz (2019), in his thesis, determined the recognition of GI products in Konya in terms of food and beverage and examined the effects of these products on Konya's gastronomy tourism. Akgöz et al. (2024) determined various gastronomy tour routes according to the distribution of Konya's GI products in the districts. In these studies, menu research and analysis were not conducted. For this reason, the study is thought to contribute to the literature and tourism sector stakeholders in Konya.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. Geographical Indication

The regional product is “a product whose quality and/or fame can be attributed to its region of origin and which is marketed using the name of the region of origin” (Van Ittersum et al., 2007: 2). The concept of a GI is expressed as ‘geographical indication’ or ‘GI’ in English (Piramanayagam & Seal, 2022; Geuens et al., 2021; Ateş et al., 2022; Raimondi et al., 2020; Menapace & Moschini, 2014). The term GI is used to name works that belong to a region with a feature, recognition, or different characteristics (Maghaminia, 2019: 95). GIs are a key way to encourage local communities to resist globalization (Wilhelmina et al., 2010; Arıkan & Taşçıoğlu, 2016; Calboli, 2017). A GI protects local products or values under specific laws (Şahin, 2013: 23). GIs differentiate vital goods according to their place of origin, pinpoint the origin of consumed goods, and expose brands (Süslü et al., 2020:

136). Zhang et al. (2021) say that most of the research that has been done so far has looked at GI products in terms of their labels' function, identification, classification, certification, and protection at the macro level (Geuens et al., 2021; Lans et al., 2013; Menapace et al., 2011). Nevertheless, additional investigation is required to examine the influence of geographical indicators on local economies, cultural preservation, and consumer preferences on a smaller scale. Moreover, comprehending the difficulties and advantages producers and consumers encounter regarding geographical indicators can offer significant perspectives for policymakers and stakeholders in advancing sustainable development and nurturing local economies.

GI is crucial in establishing the connection between a product and its geographical origin, and its description should be clear and unambiguous to ensure clear and accurate identification (Lukose, 2007: 213). Special terms are used to describe the qualities and characteristics of goods, primarily based on their geographical origin, in terms of definitions and product descriptions (Duvaleix et al., 2021: 2). GIs maximize the added value level of the region/region where the products are located (Suna & Uçuk, 2018: 101). Consumers with higher regional ethnocentrism show greater interest in proximity, tradition, and ethnicity of products, leading to increased frequency and purchase intention of regional products protected by GI (Fernández-Ferrín et al., 2019: 8). GIs can be used to protect products, set standards, or mark the region where they are produced and as a very efficient marketing element (Avşar & Eryılmaz, 2022: 999). GI is crucial for preserving cultural heritage and sustainable development of regions by safeguarding products registered with GIs and transferring traditional knowledge and production methods to future generations, ensuring the preservation of ancestral practices and traditional knowledge (Doğanlı, 2020: 527).

The importance of environmental, health, and local inclination has led to legal restrictions on GIs, exclusive products based on regional standards. The Turkish Patent and Trademark Office (TPTO) registers GIs in Türkiye through name and sign of origin, with 'origin' assigned for transactions within the specified region and 'origin sign' granted for transactions within the region. (Kaya & Şahin, 2018:199). TPTO defines a GI as a sign or symbol that denotes a product's association with a specific region, territory, or nation of origin based on its unique quality, reputation, or other distinguishing features. GIs, also known as 'origin marks,' refer to products associated with a specific geographical area and possessing unique qualities, reputations, or other distinguishing characteristics. These products must be produced, processed, or undergo other relevant procedures within the designated area. The website is located at ci.turkpatent.gov.tr.

GI applications protect local products from imitations and support economic income to producers worldwide (Ertan, 2010: 157). The first legal regulation on GI emerged in 1992 at the European Union level. These regulations ensure daily registration and protection of increasing products. Most registered products gain economic value, and protection efforts have reached the World Trade Organization level (Orhan, 2010: 243). GIs are used to express a product's local or regional connection. GI registration protects a region's values. It contributes to the local economy (Dayısoylu et al., 2017: 80). GIs protect products, provide protection to producers, increase marketing opportunities, and support rural development. These protections ensure the preservation of quality in production, allowing manufacturers to act more carefully. GIs also benefit rural producers, supporting the agricultural sector in low-income countries. This helps eliminate economic disparities between developed and underdeveloped areas, promoting trust and a continuous income flow for these segments. (Çevik, 2018: 22). Since GI products are traditional and gain their recognition through local and historical values, their contribution to the local economy will increase with the protection of these products through legal and effective means (Doğan, 2015: 60).

In order to perform GI, the authenticity of the products and their origin must be determined first. Because the commercial value of the products rises with the GI certificate, the market will experience unfair competition as long as the distinguishability of the counterfeit products from the real is not under control. In order to ensure the protection of actual production, it is a must to prove the conformity of these products to the original (Doğanlı, 2020:528). GI products enhance branding and regional tourism by promoting traditional production, protecting local culture, and attracting tourists. They direct consumer preferences, affect demand, and provide an identity. GI products are referred to by destination names, protecting local heritage and cultural values. (Acar, 2018: 173). Local products protected within the scope of GI contribute to developing gastronomy tourism and protecting cultural heritage (Özdemir & Dülger Altıner, 2018). Gastronomic products registered with a GI ensure local products' sustainability and help them be passed on to future generations (Çalışkan, 2013: 41). Since GI products have a strong connection with the geographical area where they are produced, they attract tourists by arousing curiosity about the lifestyle and cultural characteristics of the people in the region where these products are produced (Şimsek & Güleç, 2020: 79-80).

2.2. Gastronomy Tourism

The 21st-century food and catering industry is transforming, focusing on creating memorable moments and unique guest experiences through innovative recipes and presentations, highlighting the importance of raw materials and input quality (Ateş & Sunar, 2021: 7). In this change process, consumers' attitudes, habits, and behaviors towards foods and their characteristics, production systems, and consumption patterns have also changed over the years (Cassago et al., 2021: 13). Gastronomy encompasses the food consumed and all elements that create a unique and enjoyable dining experience. It is crucial for country or city marketing, as food is a part of a city's culture and symbolic capital. It is not just about stomachs but also quality of life, meeting people, and sharing experiences and tastes. (Kowalczyk, 2020: 108). The impact of food service on holiday selection in contemporary tourism is undeniable, with gastronomy serving as a powerful motivator for travel. From this perspective, gastronomy actively contributes to tourists' attraction to the destination (Henderson, 2004: 69). Gastronomy also serves as an alternative revenue stream for specific areas that lack the potential to capitalize on tourism and natural resources (Şahin, 2015: 86).

Gastronomy tourism includes domestic and international trips to destinations where local meal and drinks are at the forefront (Canbolat & Çakıroğlu, 2020: 937). Local dishes are regional foods and drinks cherished by the people due to their shared history, served with appropriate cooking techniques, consumed more on special occasions, influenced by cultural events, and preferred over other meals. (Saatcı, 2019: 366). Local meal and drinks significantly contribute to the growth of tourist areas and the number of visitors, and registering and promoting GIs enhances this potential, preserves local flavors, and boosts tourism (Yazıcıoğlu et al., 2019: 582).

Globalization has led to the rise of fast food and processed foods in nutritional habits, but consumers are now reverting to local foods due to their health risks. Tourists seek escape from traditional routines and unique experiences during their holidays (Hazarhun & Tepeci, 2018: 375). In recent years, there has been a shift towards global marketing strategies and local/local marketing originalities as tourism motivations evolve. Local food and beverages play a crucial role in a destination's differentiation from competitors and the formation of national brands like Turkish, French, and Italian cuisine (Duman et al., 2019: 819).

Gastronomy tourism, encompassing products and services related to food and beverages consumed by tourists as part of local culture, plays a crucial role in regional tourism, competitive marketing, local agriculture, and economic development, with various definitions in the relevant literature (Yüncü, 2010: 32). Gastronomy tourism involves exploring the consumption, preparation, presentation, characteristics of cuisine, meal habits, and eating styles of foods in different gastronomy cultures (Öney, 2013: 171). From the tourist's point of view, the gastronomy tourism is the tourists' evaluations of the characteristics of the place where they stay, such as service quality and food attractiveness (Velissariou & Mpara, 2014: 256). Gastronomy tourism activities contribute to cultural exchange among the world's people by offering unique experiences to tourists (Bilgili et al., 2012: 117).

Gastronomy tourism, a 12-month-long type of tourism, offers businesses in the tourism sector the opportunity to enhance their diversity and promote their culture through products with GIs and tangible and intangible cultural heritage (Kargılioğlu et al., 2019: 626). Gastronomy tourism focuses on food events, with GI products preserving local culinary cultures and production techniques. These products determine tourist marketing activities and policies, contributing to the region economically by guaranteeing product quality and increasing reputation and added value (Ceyhun Sezgin, 2016: 351). Tourists' preference for local foods is crucial for developing gastronomy tourism. However, local products and regional food culture attract tourists, provide branding, and contribute to economic development. Factors like local people's lifestyle, destination history, customs, and traditions are also essential for the growth of gastronomy tourism (Pamukcu et al., 2021: 1). Gastronomy tourists enjoy local food and beverages and experience their production, processing, and service rituals, extending their stay in the destination. As gastronomy actors, they contribute to the destination's advertising and marketing efforts (Çavuş & Eker, 2022: 306).

2.3. The Geographical Indication Foods of Konya

The food and beverage sector is expanding across large regions, boosting gastronomy tourism. GI products attract tourists through various activities, increasing tourist flow. This proliferation creates economic income for the region by promoting gastronomy-themed activities and introducing culinary richness to tourists in these regions (Coşkun et al., 2024: 210). Konya has created its own unique, rich culinary culture with its fertile lands in agriculture and animal husbandry and the combination of the nutrition culture of different civilizations in the historical process. The Seljuk and Ottoman palace cuisine ensured that Konya cuisine had unique qualities (Seçim & Akyol, 2022: 175). The region of Konya is renowned for its distinctive local values, which possess unique characteristics exclusive to the area and are identified by their names. This makes Konya an appealing location

for cultural and tourist attractions. The general characteristics of Konya cuisine are energizing and satisfying meals. Due to widespread agriculture and animal husbandry, the main ingredients of these dishes are grain and meat (Odabaşı, 2001: 18). Only dinners, desserts, and bakery items were considered locally identifiable foods in Konya due to the study's focus on the region's tourism industry. So far, 22 bakery and pastry items, including pastries and desserts, have been officially recorded in Konya province. Additionally, there are 36 registered meal options, including soups. The province of Konya has a rich tradition of locally distinctive products. Based on the ongoing applications, this province is currently one of the most affluent regions in Türkiye.

Table 1. Geographical Indication Foods of Konya

GI Food Name	Type	Registration Year	Product Group
Konya Etli Dügün Pilavı	Merchandise mark	2011	Meals and soups
Kadınhanı Tahinli Pidesi	Merchandise mark	2013	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Etlikek	Merchandise mark	2017	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Akşehir Tandır Kebabı	Merchandise mark	2020	Meals and soups
Konya Tandırda Çebiç	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Tutmaç Çorbası	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Çöpleme	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Şalgam Gallesi	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Hassaten Lokma	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Ildız Kökü Yemeği	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Kikirdekli Kesme Çorbası	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Kuru Kabak Sarması	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Kıtırlı Mantı	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Menekşeli Pilav	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Ovmaç Çorbası	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Patlıcan Bayıldan	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Bamya Çorbası	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Bütümet / Konya Orta	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Cimcik	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Domalan Yemeği	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Etli Yaprak Sarması	Merchandise mark	2021	Meals and soups
Konya Haside Tatlısı/ Kara Helvası	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Akşehir Peynir Baklavası	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Kakırdaklı Börek	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Kara Erik Kavurması	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Kenevir Helvası	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Paluzesi / Konya Palize	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Sac Arası	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Vişne Tiridi	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Zerdesi	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya İrmik Helvası	Merchandise mark	2021	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Akşehir Hersesi	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Ekşili Kabak	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Zülbiyesi	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Çirli	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Çullama	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Patlıcan Tiridi	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Fırın Kebabı	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Calla Yemeği	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Ekmek Salması	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Badem Helvası	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Kömbesi	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Paça Yahnisi	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Tandır Çorbası	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Tarhun Çorbası	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Tiridi	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Konya Topalağı	Merchandise mark	2022	Meals and soups
Cihanbeyli Gömeç Ekmeği	Merchandise mark	2022	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Hışmerim	Merchandise mark	2022	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Yağ Somunu	Merchandise mark	2022	Bakery and pastry products, pastries, desserts
İlgın Haşhaşlı Kömbe	Merchandise mark	2023	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Kadınhanı Kömbesi	Merchandise mark	2023	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Bıçakarası	Merchandise mark	2023	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Sütlü Selemen	Merchandise mark	2023	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Tandır Böreği	Merchandise mark	2023	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Tandır Ekmeği	Merchandise mark	2023	Bakery and pastry products, pastries, desserts
Konya Güneyik Salatası	Merchandise mark	2023	Meals and soups
Konya Kaygana	Merchandise mark	2024	Bakery and pastry products, pastries, desserts

Source: Retrieved from www.ci.gov.tr by the authors. (10.05.2024)

Table 1 displays the name, kind, registration year, and product group of Konya's regionally designated meals, soups, bakery items, pastry products, pastries, and desserts. The table below provides descriptions of the products. Except for the Turkish language, most product names do not have equivalents in other languages; hence, they are written in their original form.

Konya Etli Dügün Pilavı: Konya Meat Wedding Pilaf is a dish prepared with meat cooked in large cauldrons for long hours and served with rice. (Bodur et al., 1996: 39).

Kadınhanı Tahinli Pidesi: Kadınhanı Tahini Pita is a kind of pita made with flour, tahini, cream, and butter, available in various forms (Ateş et al., 2022: 123).

Konya Etli Ekmek: Etli Ekmek consists of a sheet of dough topped with minced meat and vegetables (Büyük et al., 2020: 1032).

Akşehir Tandır Kebabı: Akşehir Tandır Kebab is a meal made from lamb meat and fruitwood in heated stone ovens (aksehir.bel.tr).

Konya Tandırda Çebic: The Çebic dish is a traditional Turkish dish made by cooking Angora goat or lamb in a tandoor fire and placing it on bulgur pilaf (Tugay et al., 2004: 248).

Konya Tutmaç Çorbası: Konya Tutmaç Soup is a traditional soup with mutton, yogurt, and sticky dough (Secim & Aksu, 2021: 76).

Konya Çöpleme: Konya Çöpleme is a traditional meat dish made from mutton leg meat, eggplant, onion, and tomato, prepared on skewers made of wheat, vine, or wood (Halıcı, 2014: 76).

Konya Şalgam Galesi: This local dish uses mutton, turnip, onion, butter, lard, and salt (Seçim, 2019: 210).

Konya Hassaten Lokma: Konya Hassaten Lokma is made with lamb, chickpeas, chestnuts, carrots, onions, pine nuts, currants, spices, and rice (selcuklumirasi.com).

Konya Ildız Kökü Yemeği: Helianthus tuberosus is a unique dish made with yams, carrots, potatoes, onions, and tomato paste, served with garlic yogurt (Halıcı, 2014: 92).

Konya Kikirdekli Kesme Çorbası: Konya Kikirdekli Cut Soup is a soup made by boiling wheat flour, egg, salt, water, yogurt, garlic, and butter (Seçim, 2019: 87).

Konya Kuru Kabak Sarması: Konya Dried Zucchini Wrap is made with dried zucchini, meat, bulgur, rice, onion, parsley, tomato paste, and spices (kulturportali.gov.tr).

Konya Kıtırlı Mantı: Konya Kıtırlı Mantı is a dish made from flour, eggs, water, and salt. It is cooked in a pan with boiled green lentils, yogurt, garlic, and salt (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Menekşeli Pilav: Konya Violet Rice is made by boiling green lentils, adding bulgur, and pouring hot butter (Seçim, 2019: 173).

Konya Ovmaç Çorbası: Konya Ovmaç Soup is made with small dough pieces, green lentils, broth, and spices (Güldemir et al., 2018: 61).

Konya Patlıcan Bayıldan: Konya Eggplant Bayıldan is a dinner dish combining eggplants, boiled meat, and vegetables (Seçim, 2019: 185).

Konya Banyay Çorbası: Konya Okra Soup serves as an appetizer for second-order meals after dessert and is consumed at homes and merchants' restaurants. (Secim & Aksu, 2021: 82).

Konya Bütümet / Konya Orta: Konya Bütümet, or Konya Orta, is a meat meal made by boiling sheep's forearm, hind leg, or rib and frying it (Halıcı, 2014: 48).

Konya Cımcık: Konya Cımcık is a dish made from cımcık dough, shaped and boiled with wheat flour, egg, water, and salt (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Domalan Yemeği: Konya Truffles Meal is a meal with butter, onion, tomato, and tomato paste added to roasted fatty mutton, followed by truffles and mushrooms (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Haside Tatlısı / Konya Kara Helvası: Konya Haside Tatlısı, also known as Konya Black Halva, is a dessert made by roasting wheat flour with unsalted butter and flavoring it with grape molasses (Bozdoğan, 2023: 193).

Akşehir Peynir Baklavası: Akşehir Cheese Baklava, a dessert made with unsalted fresh cheese (aksehir.bel.tr).

Konya Kakırdaklı Börek: Konya Kakırdaklı Börek is a pastry made with kakırdak, onion, tomato, green pepper, parsley, black pepper, and chili flakes (Badem, 2023a: 1495).

Konya Kara Erik Kavurması: Konya Black Plum Roasted is a dessert that combines sweet white granulated sugar and dried black plum (Seçim, 2019: 277).

Konya Kenevir Helvası: Konya Hemp Halva is a sweet halva made from roasted hemp seeds, walnuts, almonds, and pistachio kernels (Badem, 2023b: 801).

Konya Paluzesi / Konya Palize: Konya Paluzesi, a traditional dessert made from starch, water, and honey, is famous for postpartum mothers and visitors in Konya (Halıcı, 2014: 150).

Konya Sac Arası: Konya Sac Arası is a traditional dessert with a rose shape and syrup, made by adding cream between thin phyllo dough cooked between two plates (Halıcı, 2014: 141).

Konya Vişne Tiridi: Konya Vişne Tiridi, a local dessert made with cherry sherbet on bread fried in butter or ghee (Akgöz et al., 2024: 558).

Konya Zerdeşi: Konya Zerdeşi is a sweetened rice dessert with saffron flavor that is traditionally served at weddings and celebrations in Konya (Sandıkçioğlu, 2016: 10).

Konya İrmik Helvası: Konya Semolina Halva is a dessert that adds sweetened milk to semolina and pine nuts roasted in butter (Esen, 2022: 286).

Akşehir Hersesi: Akşehir Hersesi is a dish made with beef, dried sheep, goat rib meat, bone, and split, cooked in a wood fire (aksehir.bel.tr).

Konya Ekşili Kabak: Konya Sour Zucchini is made by cooking zucchini, tomatoes, chickpeas, boned mutton, and garlic with velvet leaves, basil leaves, garlic, spices, and vermicelli syrup (Tugay et al., 2004: 248).

Konya Zülbiyesi: Konya Zülbiye is a traditional stew made from cubed lamb meat, ribs, forearms, and shallots, originating from ancient times (Halıcı, 2014: 89).

Konya Çirli: Konya Çirli is a dish produced by cooking lamb ribs and lamb cubes flavored with tail oil, butter, chili powder, black pepper, and raisins with seeds (Seçim, 2019: 129).

Konya Çullama: Konya Çullama is a dish prepared by frying meatballs made of ground sheep and rice after coating them with egg and flour (Yardımcı, 2012: 85).

Konya Patlıcan Tiridi: Konya Eggplant Tirid is a meal that combines tandoori bread, garlic-based sauce, eggplant, vegetables, spices, and ground meat (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Fırın Kebabı: Fırın Kebab is made by mixing water and salt in a copper pot and placing it on the meat (Odabaşı, 2001: 89).

Konya Calla Yemeği: Konya Calla Dish is a dish with shredded lamb or mutton with bones, canned plum, and onion (Seçim, 2019: 126).

Konya Ekmek Salması: It is prepared with bread, diced red meat, tail fat, butter, and salt (Yardımcı, 2012: 89).

Konya Badem Helvası: Konya Almond Halva is prepared with wheat flour, white granulated sugar, almond filling, butter, and rose water (Bozagcı, 2023: 193).

Konya Kömbesi: Konya Kömbesi is a pastry made from a dough made from bread, wheat flour, water, oil, butter, yeast, salt, yogurt, and water, typically baked in the oven or fried in oil daily (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Paça Yahnisi: Konya Paça Stew is a meal with sheep trotters, onion, garlic, bay leaf, tomato, green pepper, tomato paste, and lemon (Seçim, 2019: 180).

Konya Tandır Çorbası: Konya Tandır Soup is a soup with chickpeas, lentils, dried beans, bulgur, water and/or broth, onion, butter, salt, and spices (Halıcı, 2014: 42).

Konya Tarhun Çorbası: Konya Tarragon Soup is prepared with yogurt, boiled red meat, tarragon leaves as spices, water, wheat flour, egg, and salt (Yardımcı, 2012: 23).

Konya Tiridi: Konya Tiridi is a dish made of lamb meat with bones, tandoori bread, purple onion, strained yogurt, garlic, tomato, green pepper, and salt (Kaya & Seçim, 2022: 161).

Konya Topalağı: Konya Topalağı is a dish prepared with fine bulgur, water, minced meat, chickpeas, butter, oil, tomato paste, egg, onion, parsley, mint, and salt (Yardımcı, 2012: 83).

Cihanbeyli Gömeç Ekmeği: Cihanbeyli Gömeç Bread is a bread produced by baking the dough prepared with wheat flour, sourdough, rock salt, and water on a standing black sheet and in a black oven (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Höşmerim: Hosmerim is made from salt-free cheese, sugar, flour, or semolina, and in Konya, Turkish cream is added instead of milk (Odabaşı, 2001: 98).

Konya Yağ Somunu: Yağ somunu dough, made from flour, water, salt, sugar, and yeast, is fluffy and hollow, typically served with four cheeses: Moldy, Kashar, Bolu, and Tulum (Kaya & Seçim, 2022: 173).

İlgın Haşhaşlı Kömbe: İlgın Poppy Seed Kömbesi is produced with bread wheat flour/special purpose wheat flour, water, salt, yeast, poppy seed paste, and sunflower oil (ci.turkpatent.gov.tr).

Kadınhanı Kömbesi: Kadınhanı Kömbesi is produced by spreading oil and tahini on the thin phyllo dough, sprinkling pounded poppy seeds, turning it around, giving it a rose shape, and then baking it (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Bıçakarası: Konya Bıçakarası is a pita prepared with thinly sliced beef, tomatoes, and peppers with two knives (Batu, 2018: 189).

Konya Sütlü Selemen: Konya Sütlü Selemen is a thick milk dessert produced by cooking the dough prepared with wheat flour, milk, eggs, and salt with white sugar and milk (Seçim, 2019: 286).

Konya Tandır Böreği: Konya Tandır Böreği is produced by filling the dough with bread, wheat flour, water, salt, and wet yeast and cooking it in tandoor (Odabaşı, 2001: 101).

Konya Tandır Ekmeği: Konya Tandır Bread is produced by baking the dough prepared with bread wheat flour, water, salt, and yeast or fresh yeast in a tandoor using oak wood (Odabaşı, 2001: 94).

Konya Güneyik Salatası: This Salad is made with chicory, egg, olive oil, lemon juice, sour cider, and salt (ci.turkpatent.gov.tr).

Konya Kaygana: Konya Kaygana is a dough made by adding bread and wheat flour to a mixture of milk, water, eggs, baking powder, and vanilla, then frying and dipping it in powdered white sugar. (Yardımcı, 2012: 161).

3. ANALYZING THE MENUS OF LOCAL RESTAURANTS IN KONYA

3.1. Methodology

The research aims to determine the inclusion of Konya foods with GIs in local restaurant menus and evaluate them from the perspective of gastronomy tourism. Content analysis was preferred for this purpose. Content analysis is a method that involves systematically analyzing many different materials, such as columns, novels, articles, audio recordings, and pictures, for a specific purpose (Cohen et al., 2017; Gürbüz & Şahin, 2017; Creswell, 2020). In the content analysis conducted within the scope of qualitative research, it is recommended to carry out data coding, finding themes, organizing codes and themes, and defining and interpreting the findings (Yıldırım & Şimşek, 2018: 243). The research population comprises tourist restaurants operating in a one-kilometer area around the Konya Mevlana Museum. By comparing information from the Google Maps and TripAdvisor applications, it was possible to ascertain that the Mevlana Museum is home to 59 different businesses with various concepts. Some criteria were determined for the research (İflazoğlu & Yaman, 2020: 1948): a) restaurants should operate around the Mevlana Museum; b) they should have a tourism business or municipality certificate issued by the Ministry of Tourism; c) they should have a concept that offers local food; and d) It should offer at least three different GI foods on its menu. The main objective of document analysis is to examine written materials containing information about the specific phenomenon or phenomena being investigated. Document analysis can serve as a standalone research approach, mainly when direct interviews and observations are not feasible (Yıldırım & Şimşek, 2018: 224). The data for the study were obtained using this framework through written document analysis, one of the qualitative research methods, and restaurant menus were accepted as data sources. The menus of 17 restaurants that met these criteria were included in the study. This research aims to determine the inclusion of Konya dishes with GIs in local restaurant menus and evaluate the findings from the perspective of gastronomy tourism. In this direction, answers to the following questions were sought:

- How many restaurants have GI foods on their menus?
- Which GI foods are included in the menus?
- Which GI foods are not included in the menus?
- How is the numerical distribution of the GI foods on the menus according to the restaurants?

3.2. Findings

The study analyzed the menus of 17 of the 59 restaurants around Konya Mevlana Museum that meet the research criteria using the content analysis method. The findings obtained within the scope of document analysis reveal the current situation regarding Konya's GI foods presented on the menus of 17 restaurant businesses. The findings are grouped as soups, meals, and desserts in the food groups expected to be included in the menus.

Table 2. Availability of Geographical Indication Konya Foods in Restaurant Menus

Analysis Codes		Restaurants																	
Category	Foods	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	Σ
Soups	Banya Soup	*	*	*	*	*	*			*		*	*	*	*	*	*	*	14
	Tandır Soup	*	*	*		*						*	*			*	*	*	9
	Tarhun Soup				*			*			*								3
	Tutmaç Soup														*				1
Meals	Etliekmek	*	*		*		*	*	*	*	*		*	*		*	*	*	13
	Bıçakarası	*	*		*		*	*	*	*	*		*			*		*	11
	Etlı Yaprak Sarma	*		*		*	*		*			*	*			*	*	*	10
	Fırın Kebabı	*	*	*		*						*	*			*	*	*	9
	Etlı Düğün Pilavı	*		*		*						*	*			*		*	7
	Tirit	*		*		*						*	*		*	*			7
	Yağ Somunu	*	*		*		*			*	*			*					7
	Ekmek Salması		*															*	2
	Patlıcan Bayıldan	*																	1
Desserts	Sac arası	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	15
	Höşmerim	*	*		*		*		*		*	*		*	*	*	*	*	10
	Kenevir helvası	*			*		*	*		*				*			*		7
	İrmik Helvası	*		*		*						*	*			*		*	7
	Zerde			*								*				*		*	3

As can be seen in Table 2, the top three most common GI foods in the menus of 17 restaurants around Konya Mevlana Museum, which were included in the scope of the study, were sac arası (15), bamya soup (14) and etliekmek (13). Following these were bıçakarası, which appeared on 11 out of 17 restaurant menus, and stuffed leaves with meat, which appeared on 10. Despite this situation, it was determined that 40 of Konya's 58 GI foods were not included in the menu of any restaurant. According to the restaurant-based analysis, R1 is the restaurant that includes GI foods in its menu the most. In the general distribution of the foods on the R1 menu, the rate of GI foods is 65%. Restaurant R1 also includes 78% of the GI foods sold in the Mevlana Museum region in its menu. Following this were the restaurants R2 and R3, which had 50% of GI foods on their menus. When it is analyzed how many of the 58 GI foods specific to Konya are included in each restaurant's menu, it is seen that the highest rate is 78% (R1), and the lowest rate is 22.22% (R14).

5. CONCLUSION

Foods that attract attention within the scope of gastronomy tourism, which are of local quality and accompanied by rituals, have been registered and registered with GIs in recent years (Cihangir et al., 2023: 124). GIs promote local food values, protect cultural values, and promote the region. They combat imitation, support local production, and protect biodiversity. They aim to create a destination brand identity and pass on traditional products. Konya has a very rich gastronomic culture, being located on lands where humanity has lived since prehistoric times such as Çatalhöyük, being the capital of the Anatolian Seljuks and the eternal home of Hz. Mevlana. As a result of this richness, Konya is one of the cities with the highest number of GI products in Turkey.

This study investigated whether the products in the soup, food, bakery, and pastry categories, which have geographical indication registration certificates, are available on the menus of restaurants around the Konya Mevlana Museum. The inclusion of foods with GI in the menus of the restaurants analyzed in the study was 28.81%. In total, there are 58 GI foods in the meals and soups, bakery and pastry products, pastries, and desserts categories, while only 18 types of GI foods are included in the menus of the restaurants. This situation shows that geographically marked products must be sufficiently included in the enterprises' menus. The distribution of GI foods in the menus identified in the research results is similar to the research investigating the inclusion of local foods in the menus (Büyükşalvarcı et al., 2016; Seçim & Esen, 2019; Ünlü & Nizamlıoğlu, 2022). The fact that restaurant owners prioritize profitability and commercial concerns in menu planning has led to the frequent use of GI foods such as etliekmek, oven kebab, and okra soup, which have long been identified with Konya. According to the research findings, adding some of the 40 foods that are not included in the menus as a result of anticipating or researching tourist demands will contribute to Konya gastronomy tourism in the long term.

The research indicates that Konya, a city with numerous GI foods, has the potential to revive gastronomic tourism in the region. Marketing studies should be conducted on regional products with geographical indications to achieve this. Unique marketing strategies can be developed to increase awareness of these products at national and international levels. Restaurants should include more GI foods in their menus, and staff should receive basic training on Konya gastronomy and its products. Training should also be provided to produce these products according to registration standards. Local events should be organized to promote and sustain Konya's GI gastronomy products, highlighting their features and increasing awareness. To contribute to the development of gastronomy tourism, all dynamics in the province should work together, and this issue should be made a strict city policy. As a result, it was determined that local restaurants around Mevlana Museum, Konya's most crucial tourist region, need to include more of Konya's GI foods. In future studies, the sample can be designed to include all restaurants in Konya and GI beverages and other foods.

REFERENCES

- Acar, Y. (2018). Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 163-177. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.207>
- Akay, E. (2021). Kırşehir İlinin Coğrafi İşaret Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 147-159.
- Akgöz, E., Varol, F., & Öksüz, M. (2024). The Role of Geographically Indicated Products in the Determination of Gastronomy Routes in Konya. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 18(72), 547-568. <https://doi.org/10.19168/jyasar.1313808>

- Akşehir Belediyesi (2024). Akşehir Hersesi. Retrieved May 10, 2024 from https://www.aksehir.bel.tr/galeri/aksehir_kulturu_ve_gelenekleri/aksehir_levzetleri/aksehir_hersesi/
- Akşehir Belediyesi (2024). Akşehir Peynir Baklavası. Retrieved May 10, 2024 from https://www.aksehir.bel.tr/galeri/aksehir_kulturu_ve_gelenekleri/aksehir_levzetleri/aksehir_peynir_baklavasi/
- Akşehir Belediyesi (2024). Akşehir Tandır Kebabı. Retrieved May 10, 2024 from https://www.aksehir.bel.tr/galeri/aksehir_kulturu_ve_gelenekleri/aksehir_levzetleri/aksehir_tandir_kebabi/
- Ateş, A., & Sunar, H. (2021). Gastronomi Pazarlaması. Alper Ateş, Bilal Erdem (Eds.), İçinde: Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, 7-31, Eğitim Yayınevi.
- Ateş, A., Şahin, M., Tuncez, H. A., & Sunar, H. (2022, May 27 - 28). Evaluation of Registered Geographical Indication Products of Konya within the Scope of Gastronomy Tourism [Paper presentation]. IAC 2022 in Prague, 119-130.
- Arıkan, M., & Taşçıoğlu, Y. (2016). Avrupa Birliğinde ve Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin gelişimi ve yasal yapılanmanın incelenmesi [Sözlü Bildiri]. 12. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Isparta, 571-580.
- Arslan, F. (2023). Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünlerin algılanma düzeyi: Antalya Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(1), 1-8. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1106011>
- Avşar, M., & Eryılmaz, B. (2022). Coğraf İşaretli Ürünlerin Amasya Turizminin Gelişimine Katkısının Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 988-1000. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1135>
- Badem, A. (2023a). İçeri Çumra (Konya) Mutfağında Yapılan Börekler Üzerine Bir Araştırma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 1489-1504. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1211196>
- Badem, A. (2023b). Unutulmaya yüz tutan geleneksel bir Türk Tatlısı olan kenevir helvası ve sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi. *Turkish Studies*, 18(3), 793-806. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.66401>
- Baran, Z., & Karaca, Ş. (2021), Coğrafi İşaretin Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 253-263.
- Batu, A. (2018). Konya (Turkey) gastronomy culture extending to Seljuk Empire. *Journal of Ethnic Foods*, 5 (3), 184-193. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2018.07.005>
- Bilge, B., Demirbaş, N., & Artukoğlu, M. (2019). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Gıda Ürünlerinin Gurme Turizmi Açısından Önemi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 127-132. <https://doi.org/10.24181/tarekoder.529715>
- Bilgili, B., Yağmur, Ö., & Yazarkan, H. (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
- Bodur S., Güler S., & Akman M. (1996). Konya Düğün Yemeği Üzerine Bir Çalışma. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25 (2), 38-40.
- Bozancı, E. C. (2023). Türk Mutfak Kültüründe Helva ve Helva Gelenekleri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 191-200. <https://doi.org/10.37847/tdtad.1367959>
- Büyük, F., Sayaslan, A., Gökmen, S., Şahin, N., & Yetim, H. (2020). Effects of different flour blends with varying protein content and quality on dough and crust properties of “etliekmek”, a pizza-like traditional food of Turkey. *Journal of Food Science and Technology*, 57, 1032-1040. <https://doi.org/10.1007/s13197-019-04136-3>
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2012). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. 12. Basım, Pegem Akademi.
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M.C., & Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (4), 165-181.
- Calboli, I. (2017). Geographical Indications between Trade, Development, Culture, and Marketing: Framing a Fair(er) System of Protection in the Global Economy? In: Irene Calboli & Wee Loon Ng-Loy (Eds.), *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture*, 3-35, Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316711002.002>

- Cassago, A. L. L., Artêncio, M. M., de Moura, E. G. J., & Da Costa, F. B. (2021). Metabolomics as a marketing tool for geographical indication products: a literature review. *European Food Research and Technology*, 247(9), 2143-2159. <https://doi.org/10.1007/s00217-021-03782-2>
- Ceyhun Sezgin, A. (2016). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmüne yansımaları. I. Ulusal Alternatif Turizm Kongre Kitabı, 350-356.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Canbolat, E., & Çakıroğlu, F. P. (2020). Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretleme: Samsun Mutfağına Yönelik Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 937-957. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.588>
- Cihangir, İ. S., Akmeşe, K. A., & Akmeşe, H. (2023). Gastronomi Turizmi Bağlamında Mutfak Kültür Mirası Olarak Törenselleşmiş Bir Yemek “Örfene”. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 122-133.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2017). *Research Methods in Education*. 8th Edition, Routledge.
- Creswell, J. W. (2020). *Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (3. Baskıdan Çeviri). Çeviri Editörleri: Selçuk Beşir Demir, Mesut Bütün, Siyasal Kitabevi.
- Çavuş, O., & Eker, Ş. (2022). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 303-320. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.953>
- Çekiç, İ., Bulut, Z., & Oğan, Y. (2023). Coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yerli turist tutumları üzerine bir inceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 242-255. <https://doi.org/10.22466/acusbd.1296449>
- Çevik, S. (2018). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Turizmdeki Rolü: Eskişehir Turlarına İlişkin Bir İçerik Analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(4), 21-44. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2018.7>
- Coşkun, C., Bişiren, A., & Gençer, K. (2024). Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmüne Etkileri. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-217.
- Dayısoylu, S. K., Yörükoğlu, T. & Ançel, T. (2017). Kahramanmaraş'ın coğrafi işaretli ürünleri ve ilin potansiyel durumu. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*. 20(1), 80-88.
- Denk, E. (2021). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünler. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 1(1), 51-61.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58-75. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.2.3C0128>
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi İşaret, Markalaşma ve Kırsal Turizm İlişkileri. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 525-541
- Duman, S., Tanrıseven, C. & Pamukçu, H. (2019). Kastamonu Ilgaz Dağı Milli Parkı’na Gelen Turistlerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 818-838. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.394>
- Duvalaix, S., Emlinger, C., Gaigne, C., & Latouche, K. (2021). Geographical indications and trade: Firm-level evidence from the French cheese industry. *Food Policy*, 102, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102118>
- Ekinci, E., & Gök, İ. (2022). Giresun’a Ait Coğrafi İşaretli Görele Dondurmasının Tüketiciler Tarafından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(2), 339-356.
- Erik, U., & Pekerşen, Y. (2018). Konya İlinin Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerinin Bölge Turizminin Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(31), 4866-4877. <https://doi.org/10.26450/jshsr.964>
- Ercan, M. O., & Bayesen, D. (2022). Coğrafi İşaretli Yiyecek Ürünlerinin İncelenmesi: Diyarbakır İli Örneği, OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi, 2(2), 54-63.

- Ertan, A. (2010). Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 157-170.
- Esen, M. K. (2022). Yöresel Lezzetlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Türkiye'deki Helvalar. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 283-294.
- Fernández-Ferrín, P., Bande, B., Galán-Ladero, M. M., Martín-Consuegra, D., Díaz, E., & Castro-González, S. (2019). Geographical indication food products and ethnocentric tendencies: The importance of proximity, tradition, and ethnicity. *Journal of Cleaner Production*, 118210. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118210>
- Geuens, M., Byrne, D., Boeije, G., Peeters, V., & Vandecasteele, B. (2021). Investigating the effectiveness of simplified labels for safe use communication: The case of household detergents. *International Journal of Consumer Studies*, 45, 1410-1424. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12662>
- Güldemir, O., Demir, G., & Işık, N. (2018). Türk Mutfağı'nda Kahvaltıda Tüketilen Çorbalar ve İllere Göre Dağılımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39, 56-66.
- Güngör, O. (2022). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Coğrafi İşaret: Aydın Bozdoğan Olukbaşı Oğlak Çevirme Kebabı Örneği. *Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 84-92.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe- Yöntem- Analiz. (4. Baskı), Seçkin Yayıncılık.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371-389.
- Halıcı, N. (2014). Konya Mutfağı. Selçuklu Belediyesi Yayınları.
- Henderson, J. C. (2004). Food as a Tourism Resource: A View from Singapore. *Tourism Recreation Research*, 29(3), 69-74. <https://doi.org/10.1080/02508281.2004.11081459>
- İflazoğlu, N., & Yaman, M. (2020). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizminde Yer Alma Durumu: Mardin Yerel Restoran Menülerinin İncelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 1943-1957. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.642>
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Kargiglioğlu, Ş., Çetin, Y., & Erkol Bayram, G. (2019). Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı İle Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3 (4), 624-639. <https://doi.org/10.32958/gastoria.585792>
- Kaya, Y., S. & Şahin E. (2018). Tescilden Uygulamaya Coğrafi İşaretler: Adana Kebabı Üzerine Bir İnceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek 1), 189-199.
- Kaya, S., & Seçim, Y. (2022). Yöresel Bir Lezzet: Konya Yağ Somunu. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6 (1), 156-176. <https://doi.org/10.32958/gastoria.1036666>
- Kowlaczyk, A. (2020). Dimensions of Gastronomy in Contemporary Cities. In Kowlaczyk, A., Derek, M., (Eds.), *Gastronomy and Urban Space. Changes and Challenges in Geographical Perspective* (pp. 91-120). Springer. <https://doi.org/10.15201/hungeobull.69.2.10>
- Kök, A., & Güngör, A. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca-Melengüçceği Tatlısı Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Lans, I. A., Der, V., Ittersum, K. V., Cicco, A. D., Loseby, M., & Tuscia, U. (2013). U.S. consumers' preference and willingness to pay for country-of-origin-labeled beef steak and food safety enhancements. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 61 (1), 93-118. <https://doi.org/10.1111/j.1744-7976.2012.01260.x>
- López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomy, tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 2, 63-72.
- Lukose, L. P. (2007). Rationale and Prospects of the Protection of Geographical Indication: An Inquiry. *Journal of Intellectual Property Rights*, 12, 212-223.
- Maghaminia, M. (2019). Türk Sınai Mülkiyet Hukuku Çerçevesinde Marka ile Coğrafi İşaretlerin Karşılaştırılması. *The Journal of International Scientific Researches*, 4(1), 90-107.

- Menapace, L., Colson, G., Grebitus, C., & Facendola, M. (2011). Consumers' preferences for geographical origin labels: Evidence from the Canadian olive oil market. *European Review of Agricultural Economics*, 38(2), 193-212. <https://doi.org/10.1093/erae/jbq051>
- Menapace, L., & Moschini, G. C. (2014). Strength of protection for geographical indications: Promotion incentives and welfare effects. *American Journal of Agricultural Economics*, 96(4), 1030-1048. <https://doi.org/10.1093/ajae/aau016>
- Nazıkgül, M., & Ödemiş, M. (2024). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi: Bayburt Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 151-177.
- Odabaşı, A. S. (2001). *Konya Mutfak Kültürü*. Konya Ticaret Odası Kültür ve Eğitim Yayınları.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizme Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2) 243-254.
- Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. Bahçe, S. (Ed.), *Alternatif Turizm içinde* (ss. 159-171). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özdemir, G., & Dülger Altın, D. (2018, Eylül 20-22). Türkiye'de Üretilen Coğrafi İşaret ile Tescillenmiş Peynir Çeşitleri [Sözlü Bildiri]. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, Türkiye*.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytugar, S., & Sandıkçı, M. (2021). The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 6692, 1-13. <https://doi.org/10.3390/su13126692>
- Piramanayagam, S., & Seal, P. P. (2022). Geographical Indication (GI) tagged foods and promotion of gastronomic tourism: A developing country perspective. In Hera Oktadiana, Myrza Rahmanita, Rina Suprina, Pan Junyang (Eds.), *Current Issues in Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination Research* (pp.391-398). Routledge.
- Polat, E. (2017). Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17-31.
- Raimondi, V., Falco, C., Curzi, D. & Olper, A. (2020). Trade effects of geographical indication policy: The EU case. *Journal of Agricultural Economics*, 71(2), 330-356. <https://doi.org/10.1111/1477-9552.12349>
- Sandıkçıoğlu, T. (2016). Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi. Arıkan, D. A. (Ed.), *Türk Mutfak Kültürü Eskişehir içinde* (ss. 2-21). T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Saatcı, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.367>
- Selçuklu Mirası (2024). Retrieved May 10, 2024 from <https://www.selcuklumirasi.com/recipe-detail/hassaten-lokma>
- Seçim, Y. (2019). *Konya Mutfağı Mutfak Kültürü ve Yemekleri*. LiteraTurk Academia.
- Seçim, Y., & Akyol, N. (2022). *Konya Mutfak Kültürü*. Cihan, A. (Ed.), *Türkiye'nin Mutfak Sosyolojisi içinde* (ss. 175-195). Akademik Kitaplar.
- Secim, Y., & Aksu, S. C. (2021). Konya İlindeki Bazı Yöresel Çorbaların Fonksiyonel Besin İçeriğinin İncelenmesi. Editörler Kaya, A., Yılmaz, M., Yetimoğlu, S. (Eds.), *Gastronomide Alternatif Yaklaşımlar içinde* (ss. 72-95). Akademik Kitaplar.
- Seçim, Y., & Esen, F. M. (2019). Konya mutfağında yer alan yöresel yemeklerin işletme menülerinde yer alma düzeylerinin tespit edilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 279-294. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.523787>
- Suna, B., & Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.274>
- Süslü, C., Eryılmaz G. & Demir, E. (2020). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Kapsamında Değerlendirilmesi: Mersin İli Örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (2), 135-149. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.58>

- Şahin, G. G. (2015). Gastronomy Tourism as an Alternative Tourism: An Assessment on the Gastronomy Tourism Potential of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(9), 79-105. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v5-i9/1816>
- Şengül, A., & Çilgınoğlu, H. (2023). Coğrafi işaretli Yozgat Çanak Peyniri'nin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 103-118. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.1162302>
- Şimşek, A., & Güleç, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürün: Elazığ orciği. *Aydın Gastronomi*, 4 (2), 73-81.
- Temiz, T. (2019). Konya örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi)., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tugay, O., Ertuğrul, K., & Yıldızıtugay, E. (2005). Başarakavak Konya Kasabası Etnobotanik Alan Araştırması 2004. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, 4, 245-256.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2021). Konya Cimcik. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/2581>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Konya Patlıcan Tiridi. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/2586>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Konya Kömbesi. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/2588>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2021). Konya Kırırlı Mantı. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/2646>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Cihanbeyli Gömeç Ekmeği. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/6002>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2023). Kadınhanı Kömbesi. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/6905>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2023). Konya Güneyik Salatası. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/7246>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2023). İlgin Haşhaşlı Kömbe. Retrieved May 10, 2024 from <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/9402>
- Türkiye Kültür Portalı (2023). Retrieved May 10, 2024 from <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/konya-kuru-kabak-sarmasi>
- Velissariou, E., & Mpara, E. (2014, May 30- June 1). Local Product and Tourism Gastronomy in Rural Areas Evidence from Greece [Paper presentation]. 9th Mibes Annual International Conference, Greece.
- Wilhelmina, Q., Joost, J., George, E., & Guido, R. (2010). Globalization vs. localization: global food challenges and local solutions. *International Journal of Consumer Studies*, 34(3), 357-366. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00868.x>
- Yardımcı, S. (2012). Geleneksel Konya Mutfağı. İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4) (Özel Sayı), 861-871. <https://doi.org/10.32958/gastoria.571657>
- Yeşildağ, N. G., Özata, E., & Akkaya, A. (2017). Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma Erzurum İli Örneği, İçinde, D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan & G. K. Girgin (Eds.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar içinde* (ss. 175-184), Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (11. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yüncü, H. R., (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası [Sözlü bildiri]. 10. Aybastı Kabataş Kurultayı, Türkiye.

AUTHORS' DECLARATION

This paper complies with Research and Publication Ethics, has no conflict of interest to declare, and has received no financial support. No scale was used in the article. The author(s) sent a signed "*Copyright Transfer Form*" to the journal. **There is no need to obtain ethical permission for the current study as per the legislation. The "*Declaration Form Regarding No Ethics Permission Required*" was sent to the journal by the authors on this subject.**

STATEMENT OF CONTRIBUTION RATE OF RESEARCHERS TO THE ARTICLE

1st author contribution rate: 40% (Contribution to literature search, data set, analysis and results)

2nd author contribution rate: 30% (Contributed to the literature search, analysis and conclusion sections)

3rd author contribution rate: 30% (Contributed to literature search, analysis and conclusion sections)

Finansal Okuryazarlık, Finansal Tabana Yayılma ve Finansal Erişim Üzerine Literatür İncelemesi

Literature Review on Financial Literacy, Financial Inclusion and Financial Access

Ömer Faruk KORKMAZ

Öğr. Gör. Dr., Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak MYO
omer.faruk.korkmaz@giresun.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-3283-6174

Makale Başvuru Tarihi: 06.06.2024

Makale Kabul Tarihi: 30.06.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Selin SOĞUKOĞLU KORKMAZ

Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi, Keşap MYO
selin.korkmaz@giresun.edu.tr
https://orcid.org/0000-0001-9944-8494

H. Arif TUNÇEZ

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Akşehir İİBF
hatuncez@selcuk.edu.tr
https://orcid.org/0000-0001-5834-3450

Nuri GÜLTEKİN

Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak MYO
nuri.gultekin@giresun.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-3920-214X

Anahtar Kelimeler:

Finansal Okuryazarlık,
Finansal Tabana
Yayılma,
Finansal Erişim,
Bibliyometrik Analiz

ÖZET

Finansal okuryazarlık, kişisel finansal yönetim, bütçeleme ve yatırım da dahil olmak üzere çeşitli finansal becerileri anlama ve etkili bir şekilde kullanma yeteneğini ifade etmektedir. Finansal okuryazarlık aynı zamanda bireylerin bütçeleme, tasarruf, yatırım yapma, borç yönetimi ve emeklilik planlaması gibi çeşitli konularda finansal kaynaklarıyla bilinçli ve etkili kararlar vermelerini sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, finansal okuryazarlık, finansal tabana yayılma ve finansal erişim ile ilgili literatürdeki yayınların ortak yazarlarını, etkili makaleleri ve dergileri, güncel konuları, araştırma eksikliklerini ve gelecekteki araştırma yönlerini bibliyometrik analiz yöntemi ile belirlemektir. Web of Science'in veri tabanındaki "finansal okuryazarlık, finansal tabana yayılma ve finansal erişim" kelimeleri kullanılarak literatür taraması yapılarak kapsamlı bir biçimde incelenmiştir. Çalışmamızda analizlerin yapılmasında ve ilişki ağlarının görselleştirilmesinde VOSviewer uygulamasından yararlanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında çalışmaların yazarları, anahtar kelimeleri, atıf alma durumları, ülkeleri, yazarların bağlı oldukları kurumları, yazarların bağlı olduğu kurumların yayın sayıları, kaynakçaları, öne çıkan ve etki düzeyi yüksek olan çalışma konuları analiz edilmiştir.

Keywords:

Financial Literacy,
Financial Inclusion,
Financial Access,
Bibliometric Analysis

ABSTRACT

Financial literacy refers to understanding and effectively using various financial skills, including personal financial management, budgeting, and investing. Financial literacy also enables individuals to make informed and effective decisions with their financial resources on various issues, such as budgeting, saving, investing, debt management, and retirement planning. This study aims to identify the co-authors, influential articles and journals, current issues, research gaps, and future research directions of publications in the literature on financial literacy, financial inclusion, and financial access through bibliometric analysis. We conducted a comprehensive literature review in the Web of Science database using the terms "financial literacy, financial inclusion, and financial access". We used the VOSviewer application in our study to analyze and visualize relationship networks. We analyzed the authors, keywords, citation status, countries, affiliated institutions, number of publications, bibliographies, and prominent and high-impact study topics based on the obtained data.

1. GİRİŞ

Sanayi devriminin üretimine talep yaratma çabası, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısı itibariyle kredi genişlemesinde ve bireylerin borçlanma kapasitesinde artış meydana getirmiş ve finansal kuruluşların finansal ürün yelpazesi genişleyerek finansal tüketimi arttırmıştır. İnsanlar yaşamın her aşamasında potansiyel olarak uzun süreli sonuçları olan karmaşık mali kararlarla karşı karşıya kalmaktadır. Gençler, yetişkinliğe doğru büyüdükçe, üniversite harçları, arabalar ve evler için kredilerin yanı sıra kredi kartlarının, sağlık ve diğer sigorta türlerinin nasıl yönetileceği ve bütçe dâhilinde yaşamlarını nasıl devam ettirebilecekleri konusunda önemli kararlar vermeleri gerekmektedir. Tanımlanmış faydadan tanımlanmış katkıya doğru geçişte emeklilik planları, artık sıradan insanların tasarruf, yatırım ve daha pek çok konuda önemli kararları alması anlamına gelmektedir. Benzer biçimde yaşlı olan bireylerin, yaşlanmanın risklerini, maliyetlerini ve varlıklarını nasıl yönetecekleri konusunda çağa uyum sağlayacak ve zarar görmemesi açısından önemli kararlar alması gerekmektedir. Bu kararlar, yeni finansal ürünlerin (teknolojinin yardımıyla tek tıklamayla erişilebilen) ortaya çıkmasıyla, ödeme yapmanın yeni yollarıyla, kripto varlıkları ve son zamanlarda enflasyonun yükselişine bağlı olarak riskli araçların ortaya çıkmasıyla daha da karmaşık bir hal almıştır (Lusardi ve Mitchell, 2013: 137). Gelişen telekomünikasyon ve artan entegrasyon sayesinde küresel boyutta finansal hareketlilik tahminlerin ötesinde yoğunlaşmış küçük yatırımcı ve finansal tüketicinin korunması, eğitilmesi ve bilgilendirilmesi öncelikli bir hal almıştır. İşte bu noktada finansal okuryazarlık düzeyinin artırılması önem arz etmektedir. Çünkü tabana yayılmış bir finansal eğitim ve yaygın bir finansal erişimle birlikte bilinçli finansal ürün kullanan ve bilinçli bir piyasa oyuncusu olan ve rasyonel karar alan finansal tüketicilerin varlığı ekonomideki yapısal sorunların daha hızlı giderilmesini sağlayarak sistemin etkin ve sağlıklı işlemesine de önemli katkılar sunmaktadır. Tüm bu açıklamalar doğrultusunda çalışmanın konusunu finansal okuryazarlık, finansal tabana yayılma ve finansal erişim oluşturmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Finansal Okuryazarlık

Finansal okuryazarlık terimi ilk kez 1787 yılında ABD'de John Adams'ın Thomas Jefferson'a yazdığı bir mektupta, Amerika'da kredi, dolaşım ve finansal kaynakların doğası konusundaki cehalet nedeniyle ortaya çıkan kafa karışıklığının ve yaygın sıkıntının üstesinden gelmek için finansal okuryazarlığın gerekliliğini kabul etmesiyle ortaya çıkmıştır (Garg ve Singh, 2018: 171). Kişisel Finansal Okuryazarlık için JumpStart Coalition, 1997'deki ilk çalışması olan lise öğrencileri arasında "Finansal Okuryazarlık JumpStart Anketi" ile başladı. Bu çalışmada JumpStart finansal okuryazarlığı "bir kişinin yaşam boyu finansal güvenlik için finansal kaynaklarını etkili bir şekilde yönetmek amacıyla bilgi ve becerileri kullanma yeteneği" olarak ifade edilmiştir. Başka bir tanımlamada finansal okuryazarlık; "para kullanımı ve yönetimi ile ilgili bilinçli ve etkili karar verebilme yeteneğine sahip olma" şeklinde de ifade edilmektedir (Gale & Levine, 2010: 3; ANZ Bank, 2008: 6). Akademik literatürde işlevsel hale getirildiği şekliyle finansal okuryazarlık, finansal ürünlere ilişkin bilgiye (örneğin, bir hisse senedi ve tahvilin tanımı, sabit ve ayarlanabilir oranlı ipotek arasındaki fark), finansal kavramlara ilişkin bilgiye (enflasyon, bileşikleştirme, çeşitlendirme, kredi puanları) yönelik kullanılarak çeşitli anlamlar üstlenmiştir (Hastings, Madrian ve Skimmyhorn, 2013: 349). Finansal okuryazarlık para ile ilgili konularda tüketicilerin etkili ve rasyonel davranma becerilerine sahip olarak finansal tercihlerine yön vermelerini sağlamaktadır (Satoğlu, 2014: 10). Finansal okuryazarlığın artması ve yaygınlaşması, bireylerin mali durumlarını korumalarına, finansal hedeflerine ulaşmalarına ve ekonomik dalgalanmalara karşı daha dirençli olmalarına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, finansal okuryazarlık eğitimi ve farkındalığının artırılması, bireylerin ve toplumların ekonomik refahı için büyük önem taşımaktadır.

2.2. Finansal Tabana Yayılma

Finansal tabana yayılma, "*finansal hizmetlere ihtiyaç duyan finansal tüketicilerin, ihtiyaç duydukları finansal ürünlere erişebilmelerini ve kullanabilmelerini, bunların finansal kuruluşlar tarafından etkili ve sorumlu bir şekilde sunulmalarını ve finansal tüketicilerin bu ürünleri kullanabilmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip olmalarını sağlamak*" olarak ifade edilmiştir (Worldbank, 2014). Finansal tabana yayılma, finansal hizmetlerin ve ürünlerin toplumun geniş kesimlerine erişimini artırmayı hedefleyen bir kavramdır. Finansal tabana yayılma, özellikle düşük gelirli ve finansal hizmetlere erişimi sınırlı olan bireyler ve küçük işletmeler için büyük bir önem taşımaktadır. Finansal tabana yayılma, ekonomik kalkınmayı desteklemek, gelir eşitsizliğini azaltmak ve yoksulluğun önlenmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Finansal tabana yayılma, ekonomik kalkınmanın sürdürülebilirliği ve toplumsal refahın artırılması için oldukça önemlidir. Finansal hizmetlerin erişilebilirliği artması aynı zamanda, toplumun her kesiminin ekonomik büyüme ve refah seviyesinin artırmakta ve aralarında çift taraflı bir etkileşim söz konusu olmaktadır. Bu nedenler göz önünde bulundurulduğunda, başarı sağlayabilme

noktasında hükümetler, finansal kurumlar ve sivil toplum kuruluşları, finansal tabana yayılma hedeflerine ulaşmak için işbirliği içerisinde ve kapsamlı stratejiler geliştirmesi gerekmektedir.

2.3. Finansal Erişim

Son yıllarda finansal erişimin küresel düzeyde yaygınlaşmasıyla, birçok yazar tarafından çalışma konularına göre farklı perspektiflerde tanımlamalar yapmışlardır. Bu durum aynı zamanda finansal erişim ile ilgili evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımının bulunmadığını göstermektedir (Naceur, Barajas ve Massara, 2017: 216-218). Finansal erişim, ülkelerin sosyal, ekonomik ve finansal büyüme düzeylerine bağlı olarak farklı şekilde tanımlamalar yapılmaktadır. Bu tanımlamaların temelinde finansal tabana yayılmanın tanımsal vurgusu, ülkeler arasında sosyal sorunlara bağlı olarak farklılık göstermektedir (Akileng, Lawino ve Nzibonera, 2018: 50). Finansal erişim, “*genel olarak herhangi bir finansal kuruluşta hesabı olmak*” şeklinde tanımlanmaktadır (TCMB, 2011: 7). Daha geniş kapsamlı olarak finansal erişim “*hane halkı ve firmaların kredi, mevduat, sigorta, ödeme işlemleri gibi finansal ürün ve hizmetlere yeterli düzeyde ve uygun şartlarda ulaşabilmesini ve bunların kullanımı*” olarak tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 2014: 1). Yapılan tanımlamalardan anlaşılacağı üzere finansal erişim, bireylerin ve işletmelerin uygun maliyetli, uygun finansal ürün ve hizmetlere erişimini ifade etmektedir. Ayrıca, herkesin bankacılık, kredi, sigorta ve yatırım gibi temel finansal hizmetlere erişimini sağlamayı amaçlamaktadır. Finansal erişim, ekonomik kalkınma, yoksulluğun azaltılması, finansal esneklik/dayanıklılık sağlaması ve gelir eşitsizliğinin giderilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir.

3. YÖNTEM

Çalışmanın konusunu finansal okuryazarlık oluşturmaktadır. Literatür incelendiğinde özellikle son yıllarda finansal okuryazarlığa ilginin artması bu konuda araştırmaların sayısında önemli bir artışa neden olmuştur. Araştırma yöntemi olarak literatürün mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla ve farklı bilim dallarında geniş bir uygulama alanı olan bibliyometrik yöntem kullanılmıştır (Korkmaz, Soğukoğlu Korkmaz ve Sunar, 2023: 73). Çalışma kapsamında ilk olarak arama kelimeleri ve incelenecek olan veri tabanı belirlenmiştir. Çalışma kapsamında arama kelimeleri olarak “finansal okuryazarlık, finansal tabana yayılma, finansal erişim” olarak belirlenmiştir. Bu kelimelerin belirlenmesinde finansal okuryazarlığın yönetsel boyutunun incelenmesi amaçlanmaktadır. Veri tabanı olarak birinci sınıf akademik dergileri içeren, literatür araştırmalarında temsil yeteneği birçok bibliyometrik çalışmada doğrulanmış olan Web of Science (WoS) tercih edilmiştir (Ateş ve Gün, 2024: 328). WoS’un ortak dilinin İngilizce olması nedeniyle arama yapılırken belirlenen kelimelerin İngilizce karşılığı olan “financial literacy, financial inclusion, financial access” kelimelerle arama yapılmıştır. Arama yapılırken çalışma kapsamında alanı daraltmak amacıyla kelimelerin arasına “and” bağlacı konulmuştur. WoS veri tabanında yapılan arama sonucu toplamda 305 çalışmanın olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmalardan ilk yapılan çalışma 2008 yılında yapılmış ve 2017 yılına kadar çalışmaların sayıları 8’den küçük olması nedeniyle 2008-2017 yılları arasında yapılan 27 çalışma çıkartılarak 2018-2024 yılları arasındaki toplamda 278 çalışma incelenmiştir. Ayrıca 2024 yılındaki çalışmalar WoS veri tabanında arama yapılan 20.05.2024 tarihine kadar yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Bu çalışmanın en önemli sınırlılığı ise, WoS veri tabanının ortak dilinin İngilizce olması ve diğer dillerde yapılan çalışmaların dahil edilmemesinin yanı sıra WoS’un dışında birçok veri tabanının olması nedeniyle elde edilecek sonuçların literatürde genelleme yapılamayacak olmasıdır. Çalışma kapsamında incelenen 278 çalışma indirilerek VOSviewer programı ile analizler yapılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen yayınların analizlerinde;

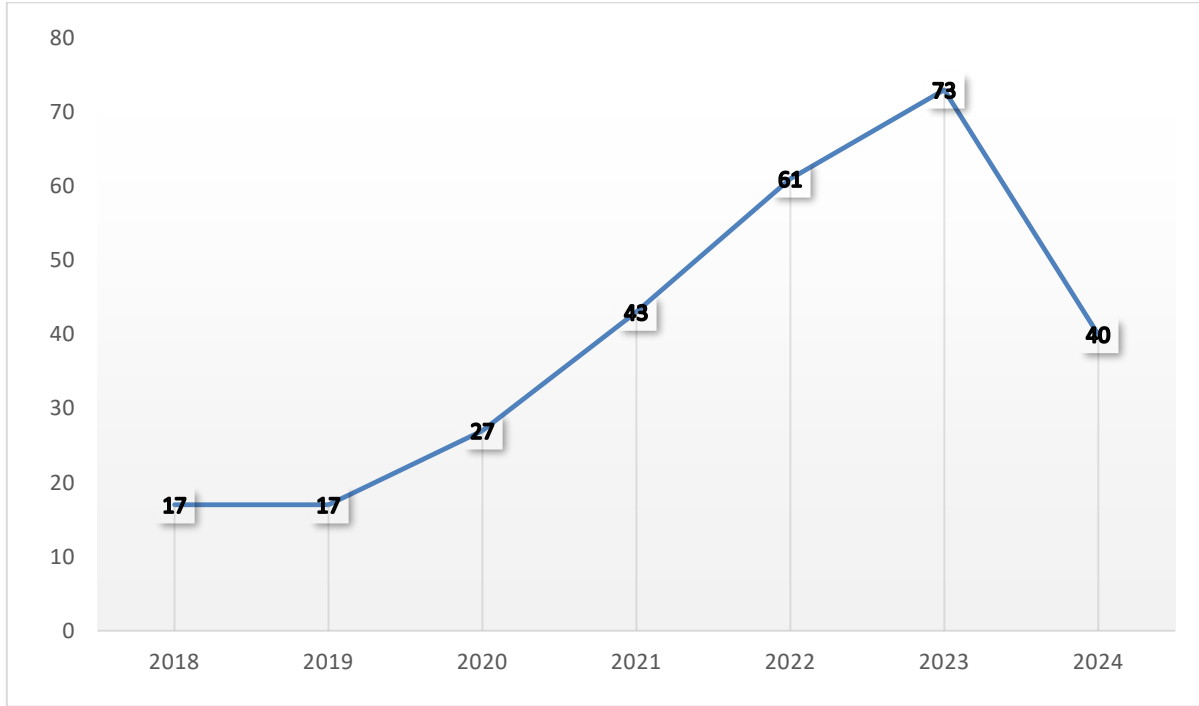
- Çalışma kapsamında incelenen yayınların alanlara göre dağılımları,
- Çalışma kapsamında incelenen yayınların yıllara göre dağılımları,
- Çalışma kapsamında incelenen yayınlar arasında en fazla atıf alan yayınların tespit edilmesi,
- Çalışma kapsamında incelenen yayınların ülkelere göre dağılımları,
- Çalışma kapsamında incelenen yayınlar arasında en fazla çalışması olan ve atıf alan yazarların ve aralarındaki ilişki ağının belirlenmesi,
- Çalışma kapsamında incelenen yayınların anahtar kelimeleri aralarındaki ilişkinin incelenmesi,
- Çalışma kapsamında incelenen yayınların çalışma konuları ve yıllar içerisindeki değişimlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAMALAR

Çalışma kapsamında incelenen 278 yayının yıllara göre dağılımları, yayınların ülkelere, yazarlara, atıf alma durumlarına ve anahtar kelimelere göre, analizler yapılmış ve aynı zamanda ilişki ağları görselleştirilerek

yorumlanmıştır. Ayrıca çalışma kapsamında incelenen 278 yayın arasında etki düzeyi yüksek olan çalışmaların içerikleri incelenerek çalışmaların mevcut durumu ortaya konulmuş ve bu alandaki güncel konular ve eksiklikler belirlenerek, gelecekteki araştırma konuları için öneriler sunulmuştur.

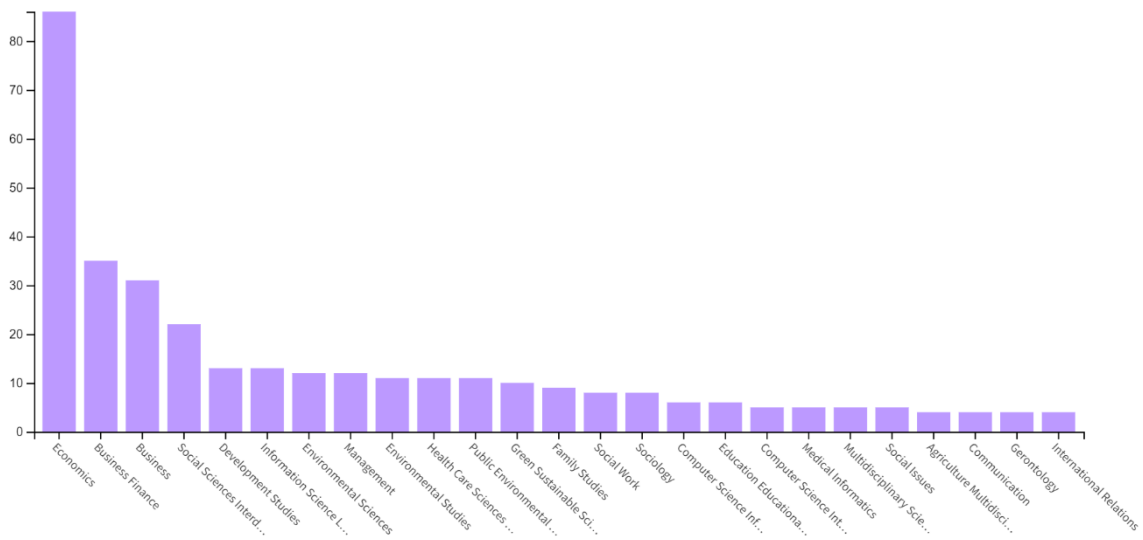
Şekil 1. Çalışma Kapsamında İncelen Yayınların Frekans Dağılımlarının Görselleştirilmesi



Not: 2024 yılına yönelik veriler 20.05.2024 tarihine kadar olan süreci içermektedir.

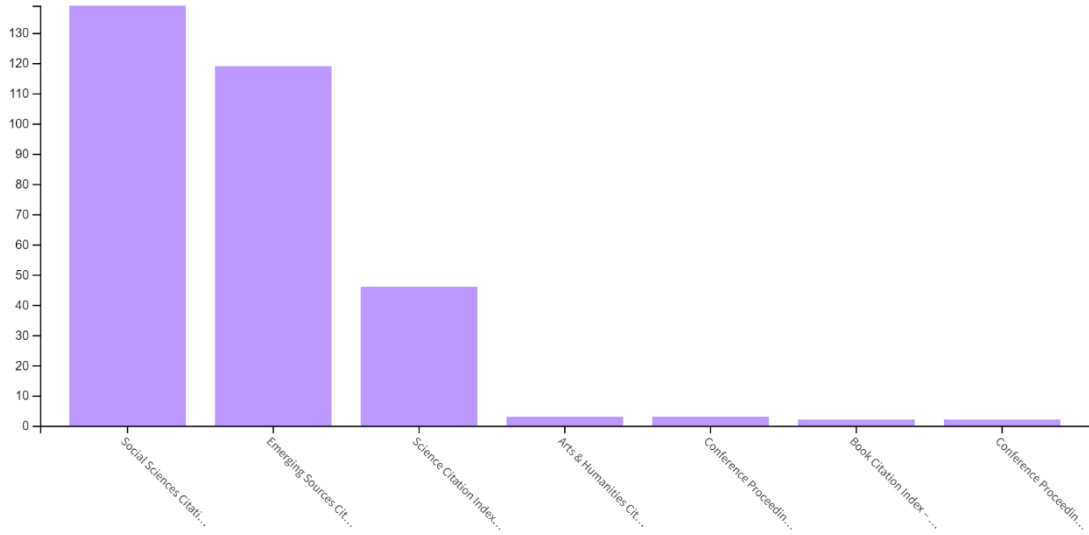
Çalışma kapsamında incelenen 278 yayının yıllara göre dağılımlarının yer aldığı Şekil 1 incelendiğinde 2024 yılı verisi (20.05.2024 tarihine kadar olması) göz ardı edildiğinde sürekli ve hızlı bir artış gösterdiği söylenebilir. En fazla yayın sayısının 2023 yılı olması da konunun güncel ve popüler bir konu olduğunu göstermektedir.

Grafik 1. Yayınların WoS Kategorilerine Göre Dağılımı



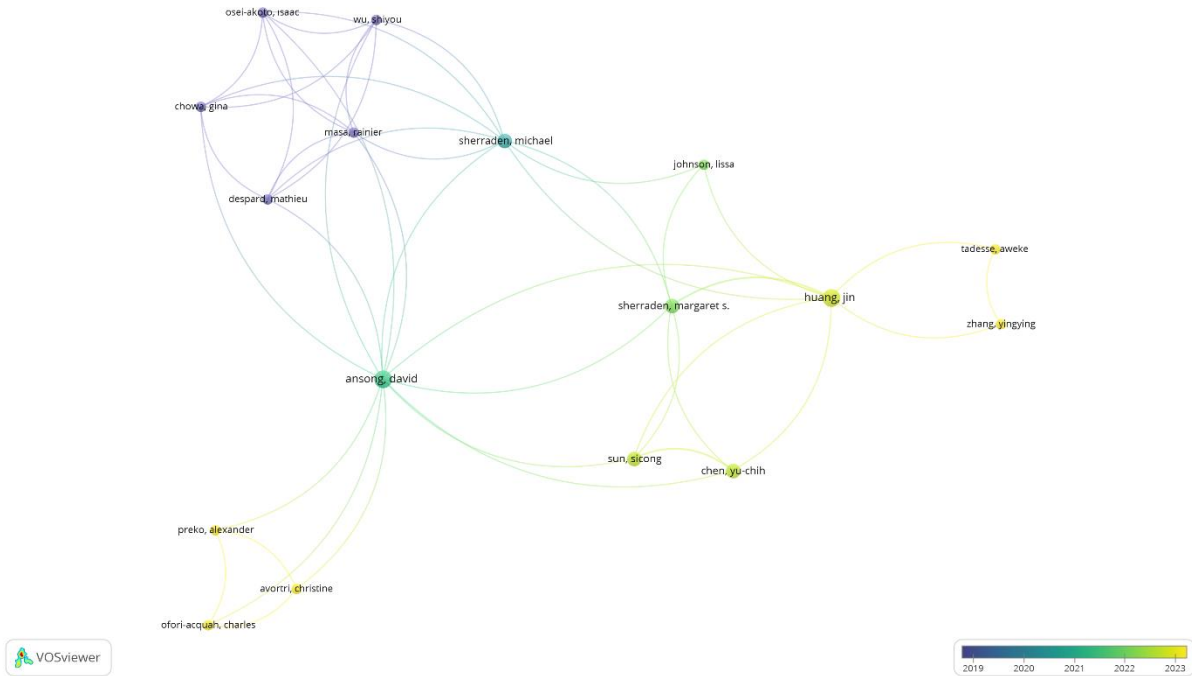
Çalışmaların WoS kategorilerine göre dağılımları incelendiğinde Ekonomi (86), İş Finansı (35), İşletme (31), Sosyal Bilimlerde Disiplinlerarası (22), Geliştirme Çalışmaları (13), Bilgi Bilimi/Kütüphane Bilimi (13), Çevre Bilimleri (12), Yönetim (12), Çevre Çalışmaları (11), Sağlık Bilimleri (11), Kamu/Çevre/İş Sağlığı (11), Yeşil/Sürdürülebilir Bilim Teknolojisi (10) kategorilerinde yapılmıştır. Bu kategorilerin dışındaki diğer kategorilerdeki yayın sayıları 10 çalışmadan daha az sayıdadır.

Grafik 1. Yayınların İndekslere Göre Dağılımı



Çalışma kapsamında incelenen 278 yayının indeksleri incelendiğinde 139 çalışma Social Sciences Citation Index (SSCI), 119 çalışma Emerging Sources Citation Index (ESCI), 46 çalışma Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED), 3 çalışma Arts & Humanities Citation Index (A&HCI), 3 çalışma Conference Proceedings Citation Index – Science (CPCI-S), 2 çalışma Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH), 2 çalışma Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH) indekslerinde yer almaktadır. Çalışmaların indekslenme sayıları toplandığında 278 sayısını aşması, aynı zamanda birden fazla indekste taranan çalışmaların olduğunu göstermektedir.

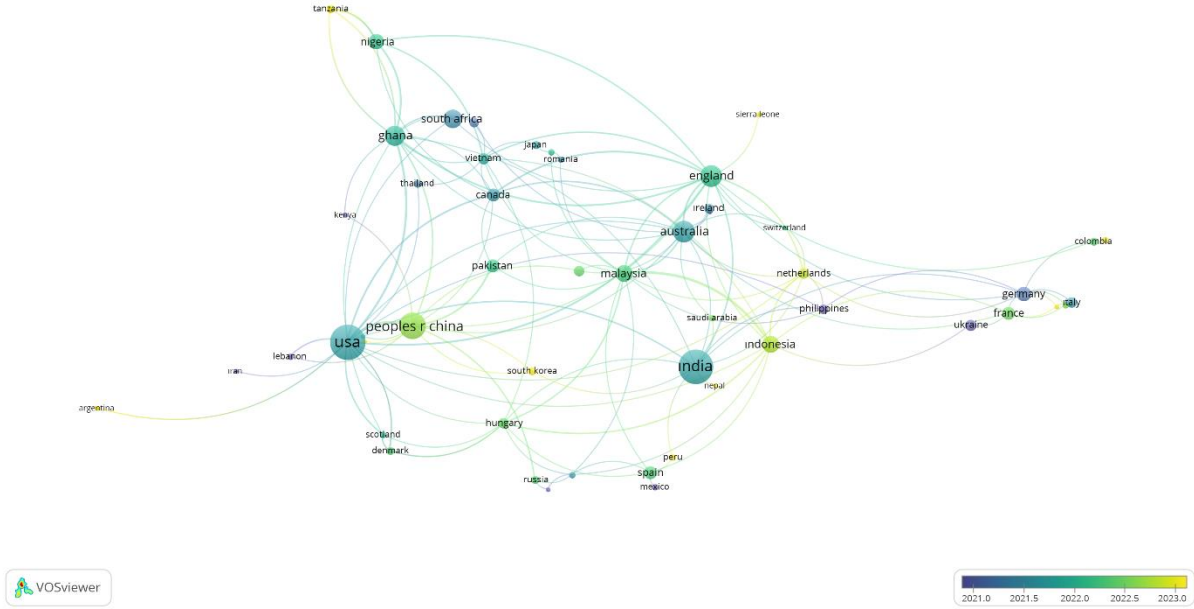
Şekil 2. Yayın Sayılarının Yazarlara Göre Görselleştirilmesi



Çalışma kapsamında incelenen 278 yayında toplamda 835 yazar bulunmaktadır. En fazla yayını olan yazarlar 3'er çalışma ile David Ansong, Jin Huang, Julie Birkenmaier olmuştur. Zhao Ding, Yuansheng Jiang, Michael Sherraden, Martinson Ankrach Twumasi, Pengcheng Wang 2 çalışmaları bulunmaktadır. En fazla atıf alan yazarlar ise Antonia Grohmann, Theres Kluehs, Lukas Menkhoff (177 atıf), Rogelia J.R. Mercado, Cyn-Young Park (144 atıf), Regina Connolly, Grace Fox (136 atıf), Joshua Yindenaba Abor, Mohammed Amidu, Haruna Issahaku (115 atıf), Emmanuel Mogaji (95 atıf) olmuştur. 278 yayında yer alan yazarların kurumları incelendiğinde en fazla yayın yapan kurum 7 yayın ile Gana Üniversitesi olmuştur. 6 çalışma ile Saint Louis Üniversitesi, 4 yayın ile

Washington Üniversitesi olmuştur. En fazla atıf alan yayınların kurumları incelendiğinde ise, 199 atıfla Gana Üniversitesi, Alman Ekonomik Araştırma Enstitüsü, Humboldt Üniversitesi, Hannover Leibniz Üniversitesi 177 atıf, Asya Kalkınma Bankası, Seacen Merkezi 144 atıf almıştır.

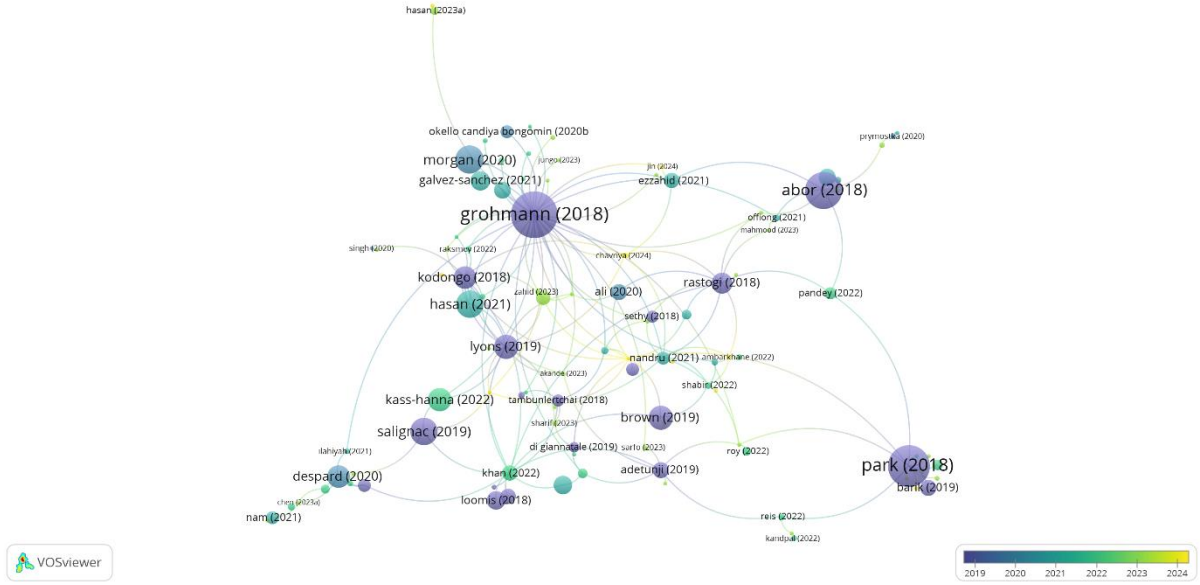
Şekil 3. Çalışmaların Yıllara Göre Ülkeler Arası İlişki Ağı



278 yayında 72 farklı ülke bulunmaktadır. En fazla yayın yapan ülkeler incelendiğinde 53 yayın ile Amerika Birleşik Devleti (ABD) ilk sırada yer almaktadır. ABD'yi sırasıyla 51 yayın ile Hindistan, 31 yayın ile Çin, 20 yayın ile Avustralya ve İngiltere; 17 yayın ile Gana; 15 yayın ile Güney Afrika; 13 yayın ile Endonezya; 12 yayın ile Malezya takip etmektedir.

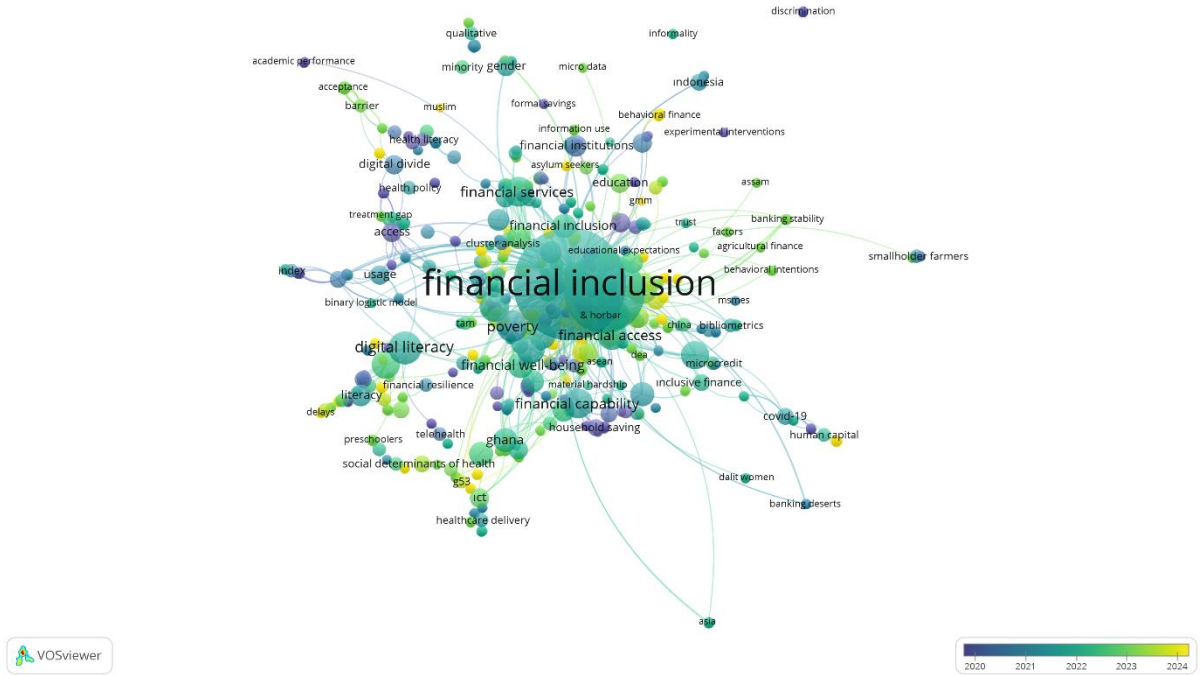
Ülkelerin atıf sayıları incelendiğinde en fazla atıf alan ülke 628 atıf ile ABD olurken, 383 atıf ile Avustralya, 286 atıf ile Çin, 239 atıf ile Gana; 208 atıf ile Malezya, 203 atıf ile Hindistan, 193 atıf ile Almanya, 186 atıf ile İngiltere, 182 atıf ile Filipinler, 181 atıf ile Vietnam, 144 atıf ile İrlanda, 121 atıf ile Nijerya, 117 atıf ile Güney Afrika olmuştur,

Şekil 4. Çalışmaların Atıf Sayılarına Göre İlişki Ağı



278 yayın incelendiğinde en fazla atıf alan yayın, 177 atıf ile Grohmann, Klühs ve Menkhoff (2018) tarafından yapılan çalışmadır. Bu çalışmayı sırasıyla 144 atıf ile Park ve Mercado (2018), 136 atıf ile Fox ve Connolly (2018), 115 atıf ile Abor, Amidu ve Issahaku (2018), 85 atıf ile Aziz ve Naima (2021), 72 atıf ile Yue, Korkmaz, Yin ve Zhou (2022), 66 atıf ile Morgan ve Long (2020), 63 atıf ile Salignac, Marjolin, Reeve ve Muir (2019) tarafından yapılan çalışmalar olmuştur.

Şekil 5. Çalışmaların Yıllara Göre Anahtar Kelimeler Arası İlişki Ağı



278 yayında toplamda 891 anahtar kelime bulunmaktadır. Çalışmalar incelendiğinde en fazla kullanılan anahtar kelimeler sırasıyla finansal katılım, finansal okuryazarlık, dijital okuryazarlık, yoksulluk, dijital finansal katılım ve finansal yetenek olmuştur. Çalışma kapsamında değerlendirilen tarihler baz alındığında günümüze yaklaştıkça finansal erişim, finansal hizmetler, finans eğitimi, Fintech, mikrofinans, mali dışlanma, finansal refah, finansal bilgi, sosyal katılım, dijitalleşme, finansal teknoloji, finansmana erişim, finansal davranış, mobil para, finansal kurumlar, dijital uçurum, hane halkı finansmanı ve finansal hizmetler olmuştur. Anahtar kelimeler incelendiğinde günümüze yaklaştıkça daha spesifik çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

5. SONUÇ

Çalışmanın konusunu finansal okuryazarlık, finansal tabana yayılma ve finansal erişim oluşturmaktadır. Bu doğrultuda literatürdeki çalışmalar incelenerek, ilgili literatürdeki mevcut çalışmaların konularını, içeriklerini ve önerilerini inceleyerek literatürdeki eksiklikleri tespit etmek ve ilgili çalışma konularının yıllar içerisindeki değişimi ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmada yöntem olarak bibliyometrik analiz tercih edilmiş ve WoS veritabanı üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlk yayın 2008 yılında yapılmış olmasına rağmen 2018 yılına kadar olan çalışmaların sayısı 8'den az olmuştur. Bu duruma bağlı olarak 2018 yılı sonrasında çalışmaların sayısında önemli bir artış yaşanmıştır. 2018 öncesi çalışmalar genel olarak teorik ve açıklayıcı çalışmalar olmuştur. 2018 yılından itibaren yapılan çalışmalar incelendiğinde çalışma konularının daha spesifik alanlara yöneldiği ve konuların farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu duruma örnek olarak incelenen çalışmaların anahtar kelime sayılarının yüksek olmasıdır. Çalışmalar incelendiğinde günümüze doğru yaklaştıkça ön plana çıkan anahtar kelimeler finansal hizmetler, finans eğitimi, Fintech, finansal bilgi, mikrofinans, dijitalleşme, finansal teknoloji olmuştur. Bunun dışında ise geleceğe yönelik olarak gelişim aşamasında olan anahtar kelimeler ise, mali dışlanma, finansal refah, sosyal katılım, finansal davranış, mobil para, finansal kurumlar, dijital uçurum, hane halkı finansmanı olmuştur. Finansal okuryazarlığın sadece finansal katılımı gerçekleştirmediği değil aynı zamanda finansal katılımın hedeflerine de ulaşmada önemli fonksiyonları üstlendiği tespit edilmiştir. Bu durum finansal eğitim programının tasarlanmasında dikkate alınması gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bibliyometrik analiz sonucunda en fazla etki düzeyine sahip yazarlar, çalışmalar, anahtar kelimeler, ilişki ağları incelendiğinde ön plana çıkan önemli sonuçlar ise:

- Potansiyel kazanımlar elde edilebilmesi açısından, tasarruf teşvik politikaları için genç ve az eğitilmiş insanlar hedef alınması gerekmektedir.
- Dijital finansın yaygın kullanımı aynı zamanda kredi piyasasına katılımın artırması aynı zamanda tüketim eğilimi teşvik etmekte ve finansal açıdan sorunlara yol açabilecek riskleri oluşturmaktadır.
- Özellikle finansal katılımın düşük olduğu gelir seviyesinin az olduğu ülkeler dikkate alındığında, internete bağlı olan mobile cihazların sahipliği ve kullanımının hane halkı yoksulluğunun azalmasıyla ve finansal katılımı ilişkili olduğu görülmektedir. Bu duruma bağlı olarak telekomünikasyon vb. alt yapı sorunlarının giderilmesi kırsal alanlardaki katılımın artması açısından oldukça önem arz etmektedir.
- Doğru bir planlama ve strateji geliştirilerek, hane halklarının finansal erişimlerinin artırılması esasına dayanan, hane halkı gelirini ve finansal şoklara karşı dayanıklılığın artırılması, yatırımların ve iş fırsatlarının artırılması, maliyetlerin düşürülmesi, kaynakların verimli kullanılması ve dağıtımının gerçekleşmesi amacıyla yaşam standartlarında iyileşme sağlanabilmektedir.
- Finansal katılımın sağlanması etkileyen kişi başına düşen gelir, hukukun üstünlüğü ve yaş, cinsiyet, meslek vb. demografik özellikler planlamalar ve stratejiler geliştirilirken başarı sağlanabilmesi için dikkate alınması gerekmektedir.

Genel olarak bakıldığında çalışmalarında finansal altyapı eksikliğinin, yüksek düzeyli bir finansal okuryazarlıkla kısmen telafi edilebileceği, aynı zamanda finansal okuryazarlık eğitimi ile finansal katılımın gelişme imkânı bulabileceği ve bu durumun makro düzeyde değerli bir seçenek olarak ortaya çıkacağı belirtilmiştir. Bu durumun nedeni olarak finansal eğitim, finansal altyapının genişletilmesine yönelik, geleneksel politikalara ek olarak kalkınmanın önemli bir aracı olmasıdır. Ülkelerin önde gelen siyasi ve ekonomi otoriteleri finansal dışlamaya neden olan etkenleri araştırarak, finansal katılım stratejisine uygun olarak finansal tabana yayılmaya yeterince önem vermeleri gerekmektedir. Bu önemin merkezinde finansal okuryazarlığın ve dijital becerilerin geliştirilmesi yaklaşımı olması gerekmektedir. Buradaki söz konusu uygulamalar ve izlenecek politikalar finansal tüketici merkezli olması, özellikle işlem ve prosedür karmaşıklığının giderilmesi, işlem maliyetlerinin düşük olduğu yani yoksul yanlısı finansal hizmet ve ürünler olması gerekmektedir. Finansal erişimin sağlanabilmesi noktasında en önemli unsur ise özellikle kırsal alanda yaşayanların internet bağlantısı gibi sorunların giderilmesini gerektirmektedir. Bu noktada dijital katılım stratejilerinin de birlikte değerlendirilmesi ve hassas gruplara öncelik verilerek mali dolandırıcılık gibi çeşitli risk ve sorunların finansal okuryazarlık ve dijital becerilerin iyileştirilmesi yoluyla aşılması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Abor, J. Y., Amidu, M., & Issahaku, H. (2018). Mobile telephony, financial inclusion and inclusive growth. *Journal of African Business*, 19(3), 430-453. <https://doi.org/10.1080/15228916.2017.1419332>
- Akileng, G., Lawino, G. M., & Nzibonera, E. (2018). Evaluation of determinants of financial inclusion in Uganda. *Journal of Applied Finance and Banking*, 8(4): 47-66.
- Ateş, A. & Gün, A. (2024). Bibliometric Analysis of Studies on Online Reviews in the Tourism Sector Between 2018 and 2023, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 10(3):326-335. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11391142>
- Aziz, A., & Naima, U. (2021). Rethinking digital financial inclusion: Evidence from Bangladesh. *Technology in Society*, 64, 101509. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101509>
- Fox, G., & Connolly, R. (2018). Mobile health technology adoption across generations: Narrowing the digital divide. *Information Systems Journal*, 28(6), 995-1019. <https://doi.org/10.1111/isj.12179>
- Gale, W. G., & Levine, R. (2010). Financial literacy: What works? How could it be more effective? Paper presented at First Annual Conference of the Financial Literacy Research Consortium. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2316933>
- Garg, N. and Singh, S. (2018). Financial literacy among youth, *International Journal of Social Economics*, Vol. 45 No. 1, pp. 173-186. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0303>
- Grohmann, A., Klühs, T., & Menkhoff, L. (2018). Does financial literacy improve financial inclusion? Cross country evidence. *World Development*, 111, 84-96. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.06.020>
- Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2013). Financial literacy, financial education, and economic outcomes. *Annu. Rev. Econ.*, 5(1), 347-373. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-082312-125807>
- <http://www.rand.org/content/dam/rand/www/external/events/2010/11/18/financialliteracy-what-works.pdf>
Erişim Tarihi: 11.05.2024.
- Korkmaz, Ö., Soğukoğlu Korkmaz, S. & Sunar, H. (2023). Sürdürülebilir Finans ve Yeşil Finans Üzerine Bibliyometrik Analiz, İçinde: *Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Teori, Araştırma ve İncelemeler* (Editörler: Kuzu, Ö. H. ve Erdem, B.) Çanakkale, PA Paradigma Akademi Yayınları. ss. 71-81.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Opening a new field. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137-154. DOI: 10.1257/jep.37.4.137
- Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial literacy, financial inclusion, and savings behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 68, 101197. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2020.101197>
- Naceur, S. B., Barajas, A., & Massara, A. (2017). Can Islamic banking increase financial inclusion?. in *Handbook of empirical research on Islam and economic life* (pp. 213-252). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781784710736.00017>
- Park, C. Y., & Mercado Jr, R. (2018). Financial inclusion, poverty, and income inequality. *The Singapore Economic Review*, 63(01), 185. <https://doi.org/10.1142/S0217590818410059>
- Resmi Gazete. (2014). Finansal Erişim, Finansal Eğitim, Finansal Tüketicinin Korunması Stratejisi ve Eylem Planları (Sayı: 29021). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/06/20140605-6.html>. Erişim Tarihi: 12.05.2024.
- Salignac, F., Marjolin, A., Reeve, R., & Muir, K. (2019). Conceptualizing and measuring financial resilience: A multidimensional framework. *Social Indicators Research*, 145, 17-38. <https://doi.org/10.1007/s11205-019-02100-4>
- Satoğlu, S. (2014). Bireysel yatırımcıları koruma aracı olarak finansal okuryazarlık ve Türkiye uygulaması. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Bankacılık Anabilim Dalı, İstanbul.
- Worldbank. (2014). Türkiye finansal tabana yayılma konferansı 3-4 Haziran 2014. <http://www.worldbank.org/tr/events/2014/06/03/turkey-financial-inclusion-conference> Erişim Tarihi: 12.05.2024.

Yue, P., Korkmaz, A. G., Yin, Z., & Zhou, H. (2022). The rise of digital finance: Financial inclusion or debt trap?. *Finance Research Letters*, 47, 102604. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102604>

YAZAR BEYANI

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Makalede kullanılan ölçek için yazar(lar) tarafından ölçeğin orjinal sahibinden izin alındığı beyan edilmiştir. Yazar(lar), dergiye imzalı “*Telif Devir Formu*” belgesi göndermişlerdir. Mevcut çalışma için mevzuat gereği etik izni alınmaya ihtiyaç yoktur. Bu konuda yazarlar tarafından dergiye “*Etik İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan Formu*” gönderilmiştir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı: %25
2. yazar katkı oranı: %25
3. yazar katkı oranı: %25
4. yazar katkı oranı: %25

Alternatif Turizm Bağlamında Bitlis İli Bisiklet Turizmi Rotalarının Değerlendirilmesi

An Assessment of the Province of Bitlis's Bicycle Tourism Routes in Relation to Alternative Tourism

Abdullah KÖSEOĞLU

Öğr. Gör., Bitlis Eren Üniversitesi

a.koseoglu@msn.com

<https://orcid.org/0000-0002-6885-7225>

Makale Başvuru Tarihi: 07.06.2024

Makale Kabul Tarihi: 30.06.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Özge KORKMAZ

Öğr. Gör., Bitlis Eren Üniversitesi

krkkmzozgee@outlook.com

<https://orcid.org/0000-0002-1508-3326>

Anahtar Kelimeler:

Bisiklet Turizmi,
Bisiklet Rotaları,
Bitlis Turizmi

ÖZET

İnsanların doğaya çıkma, macera ve değişim arayışı, bisiklet kullanımının artmasına katkı sağlamasının yanı sıra bisikleti günlük yaşamın bir parçası haline getirmiştir. Bisiklet, alternatif bir ulaşım aracı olarak kullanılması yanı sıra turistler tarafından da alternatif bir aktivite aracı olarak tercih edilmektedir. Bu durum bisikletli turist profilinin ortaya çıkmasına ve bisiklet turizmi olarak adlandırılan yeni bir turizm türünün doğmasına da katkı sağlamıştır. Turizm sektöründe yeni bir turistik aktivite olarak kabul edilen bisiklet turizmi genellikle doğal ve kırsal alanlarda gerçekleşmekte, ulusal ve bölgesel düzeyde turizmi çeşitlendirmek ve geliştirmek için alternatif bir turizm çekiciliği olarak kullanılmaktadır. Bisikletlerin boş zaman, eğlence ve turizm için kullanımı arttıkça, destinasyon planlayıcıları ve yerel aktörler bisiklet turizmini teşvik etmeye yönelik çabalar göstermektedirler. Bu çabalar sonucunda, destinasyonlarda bisiklet turizmine olan talebi artırmak ve bisiklet turistlerini destinasyonlara çekmek amacıyla bisiklet rotaları oluşturmuşlardır. Bu sayede, bölgeyi ziyaret eden bisikletli turistler, turizm destinasyonlarına ekonomik, sosyal ve çevresel katkılar sağlamakta ve bölgesel kalkınmaya destek olmaktadır. Bitlis ili ve çevresi gibi gelişmekte olan turizm bölgelerinde bölgesel kalkınma, turizm çeşitliliği ve ziyaretçi sayısının artırılması gibi nedenlerle bisiklet turizmi rotaları oluşturulmuştur. Oluşturulan bisiklet rotalarıyla bölgeyi ziyaret eden bisikletli turistlerin, Bitlis ili ve çevresi gibi gelişmekte olan turizm bölgelerine hem ekonomik hem de sosyo-kültürel anlamda katkı sağlamaları beklenmektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak çalışmanın amacı, Bitlis ilinde bulunan bisiklet rotalarının mevcut durumunun değerlendirilmesi ve bu değerlendirme kapsamında bölgenin bisiklet turizm rotalarının potansiyelini artırmak için öneriler geliştirmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, bisiklet turizmi rotalarına katılan ziyaretçilere yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Görüşmeler sonucunda Bitlis ilindeki bisiklet rotalarının düzensiz ve bakımsız olduğu, mevsimsel zorluklar ve altyapı eksiklikleri nedeniyle kullanımının sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu olumsuzluklar göz önünde bulundurularak Bitlis ili turizm rotalarının iyileştirilmesi için öneriler sunulmaktadır.

Keywords:

Bicycle Tourism,
Bicycle Routes,
Bitlis Tourism,

ABSTRACT

People's quest for going out into nature, adventure and change has not only contributed to the increase in bicycle use, but also made cycling a part of daily life. In addition to being used as an alternative means of transportation, bicycles are also preferred by tourists as an alternative means of activity. This situation has also contributed to the emergence of the cycling tourist profile and the birth of a new type of tourism called bicycle tourism. Bicycle tourism, which is considered a new touristic activity in the tourism sector, generally takes place in natural and rural areas and is used as an alternative tourism attraction to diversify and develop tourism at national and regional levels. As the use of bicycles for leisure, entertainment and tourism increases, destination planners and local actors are making efforts to promote bicycle tourism. As a result of these efforts, bicycle routes have been created in order to increase the demand for bicycle tourism in destinations and to attract bicycle tourists to the destinations. In this way, bicycle tourists visiting the region make economic, social and environmental contributions to tourism destinations and support regional development. Bicycle tourism routes have been created in developing tourism regions such as Bitlis province and its surroundings for reasons such as regional development, tourism diversity and increasing the number of visitors. Cycling tourists visiting

the region with the bicycle routes created are expected to contribute both economically and socio-culturally to developing tourism regions such as Bitlis province and its surroundings. Based on all these, the aim of the study is to evaluate the current situation of bicycle routes in Bitlis province and to develop suggestions to increase the potential of bicycle tourism routes in the region within the scope of this evaluation. Qualitative research method was adopted in the study, and a face-to-face semi-structured interview form was applied to visitors participating in bicycle tourism routes. As a result of the interviews, it was revealed that the bicycle routes in Bitlis province were irregular and poorly maintained, and their use was limited due to seasonal difficulties and infrastructure deficiencies. Taking these negativities into consideration, the study was concluded by presenting suggestions for improving the tourism routes of Bitlis province.

**Çalışma özet bildiri olarak sunulmuştur, Alternatif Turizm Bağlamında Bitlis İli Bisiklet Turizmi Rotalarının Değerlendirilmesi, 8. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi, 25- 27 Nisan 2024.*

1. GİRİŞ

Turizm endüstrisinde giderek artmaya başlayan turist ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneği önem kazanmaktadır. Günümüz turistleri artık daha talepkar, daha bilinçli, refah ve sağlık faydası bulunan, kişisel gelişim ve özellikle kültürel deneyimler sunan destinasyonları tercih etmektedir (Neves & Esperança, 2012: 191). Turizm destinasyonlarının ise, rekabetin yoğun olduğu bu sektörde ellerinde bulunan avantajları kullanarak, geleneksel güneş ve deniz turizminin ötesinde, alternatif turizm ürünlerini geliştirmesi ve sunması gerekmektedir. Turistlerin taleplerindeki değişimler ile birlikte oluşan, yeni turizm eğilimlerinden biri olarak kabul edilen bisiklet turizmine katılım talebi son yıllarda artış göstermiştir (Hamilton & Wichman, 2018: 73). 1890'lı yıllarda ulaşım aracı olarak popülerleşen (Lamont, 2009: 607), bisiklet turizminin kullanım amaçlarının çeşitlenmesiyle birlikte bisiklet; turizm ile ilişkilendirilmeye başlanmış ve bisikletle ilgili turistik etkinlikler ve turlar popülerleşmeye başlamıştır (Aşan, 2022: 979). Zaman içerisinde bisiklet, temel bir ulaşım aracı ve spor aktivitesinden ziyade (Lamont, 2009: 608) eğlence, rekreasyon ve turizm için kullanımıyla birlikte dünya çapında canlanmaya başlamış (Lee & Huang, 2014; Lee vd., 2014; Lee, 2014; Xu vd., 2019), ve Avrupa Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri, Yeni Zelanda ve Avustralya'da yaygın olarak uygulanan bir turizm şekli haline dönüşmüştür (Mundet vd., 2022: 2). Birçok ülkede hem kırsal hem de kentsel alanlarda geliştirilen bisiklet turizmi, turistlere çevresel ve sosyal açıdan korunmuş bir bölge deneyimi sunma fırsatı sağlamaktadır (Gazzola, 2018: 2). Bisiklet turizmi kirliliğin ve trafik sıkışıklığının azaltılmasına katkıda bulunmasından dolayı, sürdürülebilir turizmin bir biçimi olarak değerlendirilmektedir (Neves & Esperança, 2012: 191). Bunun yanı sıra bisiklet turizmi, ziyaret edilen toplulukların refahını artırırken, çevreyi ve kültürel mirası koruyarak yerel işletmeleri teşvik etmektedir. Bu bağlamda, bisiklet turizminin bölgesel kalkınmaya ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan önemli katkılarda bulunduğunu söylemek mümkündür. Bisiklet turizminin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan önemli katkıları sayesinde, planlamacılar ve politika yapıcılar destinasyonlarda bisikletle ilgili altyapıyı finanse etmeye, planlamaya, geliştirmeye ve bisiklet turizmini teşvik etmeye yönelmiştir (Lee, 2014: 847). İngiltere, Fransa ve Danimarka gibi birçok Avrupa ülkesinde, bisiklet turizmine olan talebi artırmak için bisiklet yolları ve rotaları inşa edilmiştir. Bunun yanı sıra, bisiklet rotaları ve bisiklet turizmi gelişmeleri, sürdürülebilir kalkınma ve ulaşım politikalarına entegre edilmiş ve bölgesel, ulusal ve pan-Avrupa ağlarının planlanmasına yol açmıştır (Faulks vd., 2007: 10).

Bisiklet turizmi ile ilgili alan yazına bakıldığında, Portekiz'de (Neves & Esperança, 2012), Yeni Zelanda'da (Reis vd., 2014; Ritchie, 1998), Çin'de (Chang & Chang, 2005; Lee, 2014; Liu vd., 2018), İspanya'da (Mundet vd. 2022), Avusturalya'da (Faulks vd., 2007), İtalya'da (Gazzola vd. 2018), ve Türkiye'de (Aşan & Akoğlan Kozak, 2015; Ay & Güzel, 2021; Bilgiçli, 2023; Dündar, 2022; Özyazıcı, 2018; Türkay & Atasoy, 2021; Türkmen & Gökdemir, 2021), bisiklet turizminin önemi, tanıtımı, özellikleri, bisiklet yolları ve rotalarının geliştirilmesi, bisikletli turistler ve motivasyonları, bisiklet festivallerine dair birçok çalışma bulunmaktadır. Ritchie (1998), Yeni Zelanda'nın Güney Adası'ndaki bisiklet turizminin güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini vurgulamak amacıyla bisiklet turlarının niteliklerinin performansını ve önemini incelemiştir. Bu nitelikler, manzara, hava durumu, cazibe merkezleri, sürüş kalitesi, yol kalitesi, genel yol güvenliği, konaklama, rekreasyonel etkinlikler, eğlence, bisiklet hizmetleri, işaretlemenin kalitesi ve ziyaretçi bilgi merkezleri gibi doğal kaynaklardan insan yapımı tesislere ve hizmetlere kadar uzanmaktadır. Araştırmacı, bisiklet turizminin sürdürülebilir olması için altyapının sağlanması, çeşitli konaklama türlerinin geliştirilmesi, ana rotalar boyunca bisiklet kiralama/tamir dükkanlarının geliştirilmesi, ulaşım desteği, hizmet bağlantıları hakkında yeterli ve güvenilir bilgi sağlanması, kırsal yollara alternatif rotalar hakkında bilgi yerleştirilmesi, güvenlikle ilgili nedenlerle ve doğal ortamı deneyimlemek için alternatif rotaların teşviki ve kırsal turizm gelişimi için bisiklet turizminin potansiyeli hakkında eğitim verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Chang & Chang (2005), Tayvan'da bulunan bisikletli turistlerin bu turizm türüne katılma noktasındaki çevresel tercihlerini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda

bisikletli turistlerin yirmi bir adet çevresel faktöre dikkat ettiği tespit edilmiştir. Bu faktörler; hava ve iklim, turizm cazibesi, manzara ve yeşillik, bisiklet için tur aktivitesi, zorlu/düz arazi tercihi, düşük trafik akışı, bisiklet rotası uzunluğu, işaretler ve yorumlar, yol kalitesi, bisiklet yolu, bisiklet haritası, kafe ve restoran, dinlenme yeri, tuvalet, market, konaklama, güvenlik, askılıklar ve dolaplar, bisiklet kiralama yerleri ve dostane yerliler olarak bilinmektedir. Faulks vd. (2007), bisiklet turizmi faaliyetlerini ve deneyimlerini kolaylaştıracak bir dizi yön olduğunu belirtmiş ve yerel, bölgesel ve devlet yönetim yetkilileri arasında bisiklet turizmi stratejilerinin ve politikalarının geliştirilmesinde ve diğer politika alanlarıyla ilişkilendirilmesinde koordinasyonun gerekliliğini vurgulamıştır. Bunlar cazibe merkezleri (inşa edilmiş cazibe merkezleri, doğal cazibe merkezleri), bilgi (rotalar boyunca işaretler, rotalar boyunca kolaylıkla bulunabilir haritalar), rotalar (farklı uzunluklarda çeşitli rotalar, farklı arazi türleri), toplu taşıma (örneğin, trenler, otobüsler), tur şirketleri, bisiklet kiralama, konaklama, depolama ve park yeri olanakları olarak bilinmektedir. Aşan & Akoğlan Kozak (2015), bisiklet deneyiminin post-modern yanlarını ortaya koymak ve bisikletçi turist ile bisiklet turizminin özelliklerini açıklamak amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Araştırmacılar, 5. Karya Sahilleri Bisiklet Turu kapsamında örnek olay çalışması gerçekleştirmiştir. Katılımcı gözlem ve 14 katılımcıyla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerle elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışma sonucunda, bisiklet deneyimlerinde; aynılaşma, deneyimin çoğullaşması ve özgünlüğün baskın olarak öznellik algılanması şeklinde post-modern özellikler olduğu görülmüştür. Ay & Güzel (2021), Hatay bisiklet yolu ve çevresini bisiklet turizmi açısından incelemek, bölgenin bisiklet turizm potansiyelini değerlendirmek ve geliştirme önerileri sunmak amacıyla yaptıkları çalışmada öncelikle SWOT analizi yaparak bölgenin güçlü ve zayıf yanlarını, fırsatlarını ve tehditlerini belirlemişlerdir. Ardından, bisiklet turizmine entegre olabilecek diğer rekreasyonel turizm türlerini değerlendirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, bölgenin bisiklet turizmi açısından güçlü yönlerinin ve fırsatlarının olduğunu, ancak bisiklet turizmiyle entegre olabilecek diğer turizm türlerinin yeterince değerlendirilemediği ve bölgedeki bisiklet yolunda eksikliklerin bulunduğunu tespit edilmiştir. Bilgiçli (2023), Sakarya'nın bisiklet turizmi potansiyelini belirlemeyi ve bu potansiyelin değerlendirilmesine yönelik öneriler geliştirmeyi amaçladığı çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanmış olup, yüz yüze görüşmeler gerçekleştirmiştir. Katılımcılardan elde edilen verilerin analizi sonucunda; Sakarya'nın bisiklet turizminde mevcut durumu ve potansiyeli belirlenmiştir. Mevcut durumun olumlu yönleri ve eksikliklerin yanı sıra Sakarya'nın bisiklet turizmi açısından uygunluğu da değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, Sakarya'nın önemli bir bisiklet turizmi potansiyeline sahip olduğu tespit edilmiş ve bu potansiyelin değerlendirilmesi ve geliştirilmesi için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Son yıllarda bisiklet turizminde yaşanan artış, turizm sektöründe önemli bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Bisiklet turizminin sadece spor amaçlı değil, aynı zamanda doğayla iç içe ve yerel kültürleri keşfetme amacıyla tercih edilmesi, bu turizm çeşidinin çekiciliğini artırmaktadır. Bu bağlamda, bisiklet turizminin gelişimi sadece turizm sektörü için değil, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik ve yerel ekonomik kalkınma için de önemlidir. Diğer bir taraftan bisiklet rotalarının iyileştirilmesi, turizm potansiyelini artırarak bölgenin cazibesini ön plana çıkarmaktadır. Bu iyileştirmeler, daha güvenli ve çeşitli rotalar sunarak bisiklet turistlerinin ilgisini çekmekte ve böylece turizm gelirlerini artırmaktadır. Aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliği desteklemekte ve yerel topluluklar için sosyal ve kültürel fırsatlar yaratmaktadır. Bisiklet turizmi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında bu turizm çeşidinin son yıllarda artış göstermesi sebebiyle konuyla alakalı birçok çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın amacı ise, Bitlis ilinde bulunan mevcut bisiklet rotaları değerlendirilerek, bisiklet turistlerinin taleplerine ve beklentilerine uygun hale getirilmesi için öneriler geliştirmektir. Çalışmayla birlikte Bitlis'in bisiklet turizminde daha cazip bir destinasyon haline gelmesi sağlanarak, bölgedeki turizm gelirlerinin artması ve yerel ekonominin güçlenmesi hedeflenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Bisiklet Turizmi

Bisiklet turizmi, önemli büyüme potansiyeline sahip niş bir turizm pazarı (Lamont, 2009; Lee, 2014; Lee vd., 2014; Ritchie vd., 2010; Sheng, 2015), özel ilgi turizmi (Aşan & Akoğlan Kozak, 2015; Han vd., 2017), spor turizmi (Nilsson, 2019), yavaş turizm (Matteucci & Tiller, 2022), çevreye daha az zarar veren sürdürülebilir bir turizm faaliyeti (Lee 2014; Meng & Han, 2016) olarak görülmektedir. Bisiklet turizminin çok sayıda turizm çeşidinin içerisine girmesiyle birlikte, bu kavrama ilişkin ortak bir tanım bulunmadığı görülmektedir. Lumsdon (1995)'a göre bisiklet turizmi gündelik gezilerden uzun mesafeli tur tatiline kadar uzanan rekreasyonel bisiklet aktiviteleri şeklinde tanımlarken, Sustrans (1999), ve Faulk (2010), ise evden uzakta yapılan hem konaklamalı hem de günübirlik ziyaretleri içeren, ziyaretin temel ve önemli bir parçası olarak bisiklet kullanımını içeren rekreasyonel ziyaretler olarak tanımlamaktadır. Diğer bir taraftan Pratte (2006), bisiklet turlarını kısa süreli turlar olarak adlandırmakta ve genellikle hafta sonlarında bu turizm türlerine ilgi duyan kişilerin yakın çevrelere

yaptıkları, acente ya da topluluklar tarafından planlanmış kısa süreli etkinlikler olarak tanımlamaktadır. Ritchie & Hall (1999) ise, insanların en az bir gece tatil amacıyla memleketinden veya ülkesinden uzaklaşması ve bu süre zarfında da bisikleti bir ulaşım şekli olarak kullanmasını bisiklet turizmi olarak tanımlarken, bu turizme katılan kişileri de bisiklet turisti olarak adlandırmaktadır. Liu vd. (2018) ile Meng & Han (2016) ise, bisiklet turizminin altı özelliğini vurgulamıştır. Bu özelliklere göre bisiklet turizmi; bireyin ikamet ettiği yerden uzakta olmalı, 24 saat veya daha uzun süreli olmalı, bisiklet aktivitesinin niteliği gereği rekabetçi olmamalı, bisiklet kullanımı temel amaç olmalı, bisiklet kullanımı aktif bir şekilde gerçekleşmeli ve bisiklet turizmi eğlence/boş zaman aktivitesi olarak ortaya çıkmalıdır. Bisiklet turizminin gerçekleşmesi, konaklamaya, ulaşım kolaylığına, uygun iklim koşullarına sahip ve bisiklet kullanıcılarının hâkim olduğu simgeleri de barındıran bölgeler sağlamaktadır (Lumsdon, 1996: 28). Bisiklet turizmi ile ilgili yukarıda birçok tanıma yer verilmiştir. Fakat bisiklet turizmi kapsamında yapılan tanımların eksik veya hatalı olduğu görüşü de savunulmaktadır (Lamont, 2009: 608). Bu görüşe karşılık olarak farklı tanımların farklı koşullara uygun olacağı ve bisiklet turizminin her birey için farklı anlamlar ifade ettiği söylenebilmektedir.

Bisiklet turizmi, bölgesel alanlara ve toplumun geneline ekonomik, sosyal ve çevresel faydalar sunabilen bir turizm pazarı olarak kabul edilmektedir. Cushing (1997) tarafından İngiltere'de yapılan bir çalışmada, bisiklet turizminin yıllık olarak ortalama 535 milyon sterlin değerinde olduğu tahmin edilmiştir ve bu miktarın büyük bir kısmı boş zaman gezileri, iç tatiller ve yurtdışı tatillerden oluşmaktadır. 2012'de Avrupa Parlamentosu tarafından yaptırılan bir çalışma, Avrupa genelinde her yıl yaklaşık 2,2 milyar bisiklet turunun gerçekleştiği ve bu turların 44 milyar avro değerinde olduğunu tahmin edilmiştir (University of Central Lancashire & Breda University, 2009). Macera Bisikleti Derneği (2021) 'nin verilerine göre ise, bisiklet turizmi etkinlikleri ekonomik anlamda önemli bir katkı sağlamıştır. Avrupa'da bu etkinliklerin ekonomik etkisi yaklaşık 45 milyar avro, İngiltere'de 3 milyar sterlin, Amerika'da ise 135 milyar dolar olarak hesaplanmıştır (ACA, 2021). Gonzalez Moreno (2016)'nin derlediği verilere göre Avrupa ülkeleri arasında, bisiklet yolu ve rota gelişimlerinin artan talep üzerinde olumlu bir etkisi olduğu gözlemlenmektedir. 2008 ile 2010 arasında bir milyon yabancı bisikletçinin Fransa'yı ziyaret ettiği ve bu ziyaretlerin 2.000 milyon avro gelir ve 16.500 iş fırsatı yarattığı tespit edilmiştir. Bisiklet turizmi, turistik destinasyonların çekiciliği bağlamında ilginç bir seçenek olarak görülmekte, doğa, kültür ve miras ile daha iyi etkileşim için bir araç olarak kabul edilmektedir. Bunun yanı sıra bisiklet turizmi, çevresel kaynakların etkin kullanımını sağlayarak doğal mirasın korunmasına katkıda bulunmakta, ev sahibi toplulukların sosyo-kültürel otantikliğine saygı göstermekte ve tüm taraflara ekonomik faydalar sağlamaktadır (Neves & Esperança, 2012: 193). Bu turizm türü, turistlerin destinasyonlarda doğrudan ve dolaylı olarak para harcamalarına neden olmaktadır, böylece yerel ekonomik kalkınmaya ve daha sürdürülebilir turizme katkıda bulunmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerde gerçekleşen bisiklet turizmi, yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamasından dolayı politikacılar ve planlayıcılar tarafından dikkate alınmaya başlanmıştır (Ritchie & Hall, 1999: 93). Bisiklet turizmi, bölgesel alanlarda destinasyon doluluk oranlarını artırarak ekonomik ve sosyal faydalar sağlamak ve yerel halk ile ziyaretçilere yönelik olumlu etkiler yaratmaktadır (Butler, 2024: 2). Bir başka açıdan bisiklet turizmi, sezonluk olmayan bir turizm çeşidi olarak yıl boyunca devam eden bir aktivite olup, bu özelliği sayesinde yerel ekonomiyi desteklemekte ve turizm sektörüne dengeli bir katkı sağlamaktadır (Özyazıcı, 2018: 23). Yerel işletmelerin korunmasını ve ziyaret edilen toplulukların refahını artırmasını sağlayan bir faktör olarak kabul edilen bisiklet turizmi, aynı zamanda çevre ve kültürel mirasın korunmasına da katkıda bulunmaktadır (Neves & Esperança, 2012: 194). Son olarak, bisiklet turizmi, bölgesel kalkınmaya destek veren ve farklı bölgeleri ziyaret ederek çevre ve kültürel mirası koruyan bir olgu olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple, destinasyonlar bu ekonomik getirilerden, çevresel ve sosyo-kültürel açıdan fayda sağlamak için bisiklet turizminin potansiyelini daha fazla değerlendirmeye eğilim göstermektedir.

Bisiklet yollarının ve rotalarının başarısı, diğer diğer destinasyonları bisiklet turizminin fırsatlarını değerlendirmek amacıyla bisiklet rotaları kurmaya teşvik etmiştir (Lee, 2014: 847). Bir destinasyonda bisiklet turizminin yapılabilmesi için çekim gücünü oluşturan unsurlara sahip olması, bisiklet etkinliklerinin yapılabilmesi için gereken altyapı ve üstyapı imkânlarının hazır olması gerekmektedir (Bilgiçli, 2023: 980). Bisikletle ilgili etkinliklerin gerçekleştirilebilmesi için yol parkurlarının belirlenmesi ve trafik önlemlerinin alınması ve bisiklet turizmini geliştirmek için belirli rotaların özel ve ek destekleyici ihtiyaçlarını karşılanması gerekmektedir. Bisiklet rotaları özel ihtiyaçlar, sessiz, düşük trafikli yollar veya sadece motorlu olmayan kullanım için uygun arazi patikaları içeren güvenli, uygun ve çekici rotaları içermektedir (Pratte, 2006: 63). Bu tür rotaların genellikle birbirine bağlı olması ve bisikletçilere ağ boyunca sorunsuz hareket etme ve geri dönme ihtiyacını en aza indirmeye olanağı sunması gerektiği kabul edilmektedir (Ritchie vd., 2010: 412). Bisiklet turizmi açısından bölgenin bisiklet turistleri tarafından tercih edilebilmesi içinde belirli özelliklerin bulunması gerekmektedir. Bunlar; iyi konumlandırılmış tabelalı yollar, değişikliğe sahip rotalar ve duracak yerlerin iyi belirlenmesi, güzergâh boyunca bulunan yiyecek ve içecek restoranları, iyi bir bisiklet alt ve üstyapısı, güvenli bisiklet park

yerleri, ıslak kıyafetler için kurutma yerleri, gezi ve kültürel deneyimler için alternatifler, iyi haritalar, yüksek kaliteli kiralık bisikletler ve motosikletlerin varlığı, yerel yiyecek ve içecek stantlarının bulunması, tur operatörleri ve şirketler arasında iyi işbirliği, konaklanacak yerlerin kullanışlı olması, hem ana turlar hem de gününbirlik turların mevcut olmasıdır (Sustrans, 1999; Kocis & Pehneck, 2012). Diğer bir açıdan bisikletli turistlerin tercih ettiği destinasyonlar ve bisiklet rotalarının tercih edilme sebebiyle ilgili çalışmalar bulunmaktadır. Maine Ulaştırma Departmanı (2001)'nin araştırmasına göre, bisiklet turistlerinin farklı deneyim türlerine dair tercihleri olduğunu ortaya koymuştur. Bu tercihler, bisiklet beceri seviyesi ve grup yapısına bağlı olarak destinasyon seçimini etkilemektedir. New York Parkları ve Yolları Raporu (2010), bisiklet turistlerinin potansiyel destinasyonlarını seçerken üç temel karakteristiğe dayandıklarını bildirmiştir: yolculuğun uzunluğu, zorluğu ve türü; yol boyunca sunulan destek ve hizmetlerin varlığı; ve çevredeki cazibe merkezlerinin varlığı. Cumberland County Bike Trail Study (2000) ise, bölgesel bir bisiklet turizmi planı geliştirmek için endişelerin listesini sağlamıştır. Bu endişeler arasında alternatif bisiklet rotaları, güvenli ve düşük trafikli yolların varlığı, marketler ve restoranların erişilebilirliği, net ve anlaşılır haritaların bulunması ve konaklama/kamp alanlarının önemi yer almaktadır. Lumsdon & Peeters (2009) tarafından yapılan bir çalışma, bisikletçilerin bisiklet rotası veya alanının çeşitli özelliklerine verdikleri önemi ortaya koymuştur. Bu özellikler arasında güvenlik, kullanım kolaylığı, rota çeşitliliği, rota yüzey kalitesi ve konaklama/yeme içme olanakları bulunmaktadır. Dolayısıyla, bisiklet turizmi faaliyetlerini ve deneyimlerini kolaylaştıran faktörlere işaret eden tutarlı bir kanıt mevcuttur. Tüm bunlardan yola çıkarak bir destinasyonun bisiklet turizmi alanında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan fayda sağlaması için bisiklet turistlerini bölgeye çekmesi gerekmektedir. Bu sebeple bisiklet turizminin yapılabilmesi için etkinliklerin ve özellikle bisiklet rotalarının geliştirilmesi destinasyonlar için bir avantaj sağlamaktadır. Oluşturulan bisiklet rotaları sayesinde destinasyonların bu turizm türünden daha fazla pay alabilmesi ve bölgesel anlamda kalkınması sağlanabilmektedir.

3. YÖNTEM

Araştırma, cevaplanması veya çözülmesi gereken bir sorununuz ya da problemimiz olduğunda yaptığımız şeydir ve araştırılan konuyla ilgili spesifik soruların yanıtlanmasında, araştırmacının merak ettiklerini ortaya çıkarma konusunda yardımcı olur. Araştırmacının seçimleri, kişisel alışkanlıklardan mevcut inançlara kadar uzanabilir ve araştırmacının nedensel bilmecesini temsil eder (Brunt vd., 2017) sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda kullanılan Nicel-Nitel-Karma olmak üzere üç ayrı yaklaşımdan bahsedilebilir (Creswell & Creswell, 2022). Creswell & Creswell (2022) nitel araştırmayı, topluma nüfuz eden olaylar ve insanların yaşamlarında edindikleri deneyimleri ortaya koyma süreci olarak ifade etmiştir. Toplumsal olayları ve yaşamsal döngüler içerisinde insanların edindiği deneyimleri içermesinin yanı sıra nitel araştırma, araştırmacıya esneklik sağlayan ve araştırmanın aşamaları arasında yöntem ve yaklaşım geliştirilmesine, araştırmanın tasarımında değişiklikler yapılmasına izin veren özünde esneklik yatan bir yöntem şeklinde de ifade edilebilir (Creswell & Creswell, 2022; Karataş, 2015; Neuman, 2013).

Creswell & Creswell (2022)'inde yorumlamış olduğu doğrultuda bu araştırmada, nitel araştırma deseni ve olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda araştırmacıların sıklıkla kullanımına başvurduğu olasılıklı olmayan örnekleme yönteminde örneklemin seçimi, araştırmacının bildikleri ya da araştırma amacı doğrultusunda evrenin şekillenmesini sağlar (Marczyk vd., 2005). Araştırmacının araştırmada bir diğer kararlaştırdığı husus ise veri toplama tekniğidir. Nitel araştırmalarda kullanılan veri toplama tekniği olan görüşmeler, alan yazında araştırmaya dahil edilen kişilerin bir konu ya da durum ile ilgili duygu ve düşüncelerini anlama şekli olarak karşımıza çıkmaktadır (Akman Dömbekci & Erişen, 2022; Berg & Lune, 2015; Punch, 2005). 1930'lu yıllarda görüşme tekniğine alternatif olarak odak grup görüşmeleri tekniği ortaya çıkmıştır. Spesifik konular üzerinde birçok araştırmada kullanılan odak grup görüşmeleri son dönemlerde araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Odak grup görüşmeleri, küçük bir grup ve lider arasında yapılandırılmamış görüşme formu ve tartışma esnasında cereyan eden grup dinamiğinin etkisini kullanarak konu hakkında bilgi edinilmesi ve bu bilgiler üzerinden düşünce üretilmesini sağlayan süreçtir. Bir başka tanıma göre ise kişilerin düşüncelerini özgürce ifade edebileceği uygun bir ortamda planlanmış tartışma sürecidir (Bowling, 2002; Krueger, 1994; Yılmaz & Oğuz, 2011). Bu ifadelerden yola çıkarak araştırmada veri toplama tekniği olarak odak grup görüşmesi kullanılmıştır.

Creswell & Creswell'in Araştırma Deseni eserinde ifade etmiş olduğu üzere odak grup görüşmeleri, altı veya sekiz kişilik gruplar halinde yüz yüze ya da telefonla gerçekleştirilebilir (Creswell & Creswell, 2022) ve araştırma soruları "*dikkatlice yazılmış ve belirli bir sıraya konulmuş bir dizi sorudan oluşan ve her görüşülen bireye aynı tarzda ve sırada sorulur*" (Patton, 1987:12). Bu ifadelerden yola çıkarak araştırmada, standartlaştırılmış açık uçlu sorular ile oda grup görüşme yöntemi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bu yönteminin tercih edilmesindeki sebep araştırmanın farklı araştırmacılar tarafından tekrar edilmesi olasılığını arttırmasından kaynaklıdır (Creswell &

Creswell & Creswell, 2022). Alan yazında yer alan tüm bu bilgiler doğrultusunda araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorular şöyledir;

- Soru 1. Bisiklet faaliyetine ne kadar süredir katılım sağlıyorsunuz? Katılım sağladığınız dönemler belli midir (Ay/Tarih aralığı vb. bilgiler)?
- Soru 2. Katılım sağladığınız en uzun süre ve mesafeli rota/rotalar hangileridir? Birden fazla rotada katılım sağladıysanız en beğendiğiniz rota/rotalar hangisidir ve neden?
- Soru 3. Bitlis ili bisiklet rotalarında kaç kez faaliyette bulundunuz? Bitlis ili sınırlarında bisiklet faaliyetine katıldığınız rotalar hangisi/hangileridir?
- Soru 4. Katılım sağladığınız rotalarla karşılaştığımızda Bitlis'in rotalarının artıları ve eksileri nelerdir?
- Soru 5. Bitlis ili bisiklet rotalarını kullanırken karşılaştığımız zorluklardan bahsedebilir misiniz? (Altyapı, güvenlik vb.).

Nitel araştırmalarda verilerin analizi süreci, veri toplama ve bulguları ortaya çıkarma süreçleri ile paralel şekilde iş birliği içinde gerçekleşir. Metinler ve imgeler açısından oldukça zengin bir yapıya sahip olan nitel araştırmada verilerin tamamı yerine bir kısmı da kullanılabilir. Araştırmacının bunun yapmasının sebebi nitel araştırmaların beş ila yedi aralığında değişen az sayıda tema üzerine şekilleniyor olmasından kaynaklanır. Ayıklama sürecinden geçirilen verilerin analizinde bilgisayar destekli bir analiz programı kullanılması da yine araştırmacıya bağlıdır. Bu açıklamalardan yola çıkarak elde edilen veriler ayıklama sürecinden geçirilmiş ve istenilen standartlaşma düzeyine ulaştıktan sonra ise Microsoft Excell-Word ve açık kaynak kodlu VOYANT Tools programları aracılığıyla betimleme ve içerik analizine tabi tutulmuştur (Creswell & Creswell, 2022; Guest, Macqueen & Namey, 2012).

Nitel araştırmalarda geçerlilik, araştırma sürecine istinaden belirlenen aşamalar doğrultusunda bulguların doğruluğunun sağlanması araştırmacının kontrolüne, güvenilirlik ise farklı araştırmalar ve araştırmacıların tutumuna karşılık gelir. Bu bağlamda araştırmada herhangi bir ölçekten yararlanılmadan araştırmacılar tarafından mülakat soruları hazırlanmıştır. Hazırlanan mülakat soruları alanla ilişkili uzman akademisyenler tarafından kontrol edilmiştir (Creswell & Creswell, 2022) ve mülakat sorularında geçerlilik-güvenirlilik sağlanması için sırasıyla aşağıda yer almakta olan maddeler uygulanmıştır:

- Araştırmanın metodolojisi net ifadeler kullanılarak ayrıntılı şekilde açıklanmıştır.
- Mülakat soruları oluşturulurken alan yazın taraması ve uzman görüşlerine başvurulmuştur
- Amaca göre örneklem yöntemi çerçevesinde araştırmaya dahil edilecek katılımcılar konu ile doğrudan ilişkili kişiler arasından seçilerek görüşmeler yapılmıştır
- Araştırma verilerinin toplanması esnasında her bir katılımcıdan elde edilen detaylar ayrıntılı olarak incelenmiştir.

3.1.Bulgular

Görüşme formunun ilk sorusu Bitlis ili içerisinde bisiklet faaliyetine katılım yapıp yapılmadığı yönündedir. Bu soru ile başlanmasının sebebi katılımcının Bitlis ili sınırları içerisinde faaliyette bulunmadı ise araştırma verilerine dahil edilmemesi içindir. Katılımcı cevap olarak ‘‘Evet’’ cevabını veriyor ise formu doldurmaya devam edilebilmekte ancak, katılımcı hayır cevabı veriyorsa forma devam edememektedir. Bu kapsamda çalışmanın verilerinde, 20 katılımcıya ulaşılmış olmasına rağmen hayır cevabı veren katılımcılar hariç tutularak 10 katılımcının cevapları baz alınmıştır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özelliklerini tespit edebilmek amacıyla sorulan sorulara verilen yanıtlar Tablo 1’de sunulmuştur. Araştırmaya katılanların %20’si kadın, %80’i erkek katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>		<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Toplam Katılımcı Sayısı			Eğitim Durumu		
Bitlis İlinde Bisiklet Kullanan Katılımcılar	10	50	Lise	2	20
Bitlis İlinde Bisiklet Kullanmayan Katılımcılar	10	50	Lisans	6	60
Cinsiyet			Lisansüstü	2	20
Kadın	2	20	Gelir Bilgisi		
Erkek	8	80	17.000-34.000 TL	4	40
Yaş Aralığı			34.001-68.000 TL	4	40
18-24	2	20	68.001 TL ve üzeri	2	20
25-55	7	70	İkamet Ettiği İl		
56 ve üzeri	1	10	Bitlis	7	70
Medeni Durum			Samsun	1	10
Bekar	6	60	Van	2	20
Evli	4	40			
Toplam	10	100	Toplam	10	100

Katılımcıların yaş aralıkları değerlendirildiğinde %70'inin 25-55 yaş aralığında olduğu görülmektedir. En az yaş aralığı ise %10 ile 56 ve üzeridir. Katılımcıların yarısından fazlasının (%60) bekar olduğu görülmektedir. Katılımcıların %60 ile büyük çoğunluğunun lisans derecesine sahip olduğu, bunu %20 ile lise ve lisansüstü mezunları takip etmektedir. Katılımcıların gelirlerine bakıldığında ise 17.000-34.000 TL ve 34.001-68.000 TL gelire sahip olanların eşit olduğu görülmektedir (%40). Son olarak katılımcıların ikamet ettiği il sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında %70 ile Bitlis ilinde yaşadıkları görülmektedir.

Araştırmanın mülakat sürecinde katılımcılara yöneltilen birinci soru ‘ ‘Bisiklet faaliyetine ne kadar süredir katılım sağlıyorsunuz? Katılım sağladığınız dönemler belli midir (Ay/Tarih aralığı vb. bilgiler)? ’ ’ sorusudur. Katılımcıların bu soruya vermiş oldukları cevaplar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Bisiklet Faaliyeti Süreleri ve Dönemleri

Katılımcı Cevapları	Benzer Cevapların Tekrar Edilme Sıklığı (Kişi)
1 yıldır yaz döneminde katılım sağlıyorum	1
2 yıldır yaz döneminde katılım sağlıyorum	3
3 yıldır yaz döneminde katılım sağlıyorum	3
6 yıldır yaz döneminde ve mevsim şartlarının uygun olduğu dönemlerde katılım katlıyorum	1
8 yıldır yaz döneminde ve mevsim şartlarının uygun olduğu dönemlerde katılım sağlıyorum	2

Tablo 2’de incelendiğinde 5 yılın üzerinde bisiklet kullanan katılımcıların yaz dönemi ve mevsim şartlarının uygun olduğu dönemlerde bisiklet faaliyetlerine katılım sağladığı gözlemlenmektedir. Ancak, tüm katılımcıların verdiği ortak kullanım dönemlerinin ise tablodan da anlaşılacağı üzere Bitlis ilinde kış döneminin uzun ve zorlu geçmesinden kaynaklı yoğunluklu olarak yaz dönemleri olduğudur.

Araştırmanın mülakat sürecinde katılımcılara yöneltilen ikinci soru ‘ ‘ Katılım sağladığınız en uzun süre ve mesafeli rota/rotalar hangileridir? Birden fazla rotada katılım sağladıysanız en beğendiğiniz rota/rotalar hangisidir ve neden? ’ ’ sorusudur.

Tablo 3. Katılımcıların Faaliyette Buldukları Rotalar

<i>Katılımcı Cevapları</i>	<i>Benzer Cevapların Tekrar Edilme Sıklığı (Kişi)</i>
Katılım sağladığım en uzun bisiklet rotası Bayburt Bisiklet Festivali Rotalarıdır	2
Katılım sağladığım en uzun bisiklet rotaları, Dikili (İzmir)-Tarsus (Mersin), Tatvan-Nemrut Kalderası aralığı (Bireysel)	1
Katılım sağladığım rotalar, Tatvan Sahil Şeridi ve Bitlis ve Tatvan Şehir içi rotalardır	2
Katılım sağladığım en uzun bisiklet rotası Van gölü Bisiklet Festivali Rotalarıdır	5
Katılım sağladığım en uzun rota kamplı bir etkinlik olan Batı Karadeniz Bisiklet Turu Rotasıdır	1

Tablo 3'te incelendiğinde katılımcıların neredeyse yarısının Van gölü bisiklet festivaline katılım sağlamıştır bunun yanı sıra katılımcılardan 2'sinin Bayburt bisikleti festivaline, 1'inin uzun mesafeli bireysel faaliyetlere ve 1'ininde Bitlis ili sınırları içerisinde faaliyetlere katılım sağladığı görülmektedir. Faaliyetlere katılım yeri ve zamanı göz önüne alındığında bölgede Van ilinin etkin şekilde bisiklet turizmi kapsamında etkinlikler düzenleyip faaliyetler gerçekleştirdiği kanısına varılabilir.

Araştırmanın mülakat sürecinde katılımcılara yöneltilen üçüncü soru '*Bitlis ili bisiklet rotalarında kaç kez faaliyette buldunuz? Bitlis ili sınırlarında bisiklet faaliyetine katıldığınız rotalar hangisi/hangileridir?*' sorusudur.

Tablo 4. Katılımcıların Yoğunluklu Faaliyette Buldukları Rotalar

<i>Katılımcı Cevapları</i>	<i>Benzer Cevapların Tekrar Edilme Sıklığı (Kişi)</i>
Tatvan Sahil Şeridi	3
Ahlat Yolu	1
Nemrut Kalderası	3
Bitlis İli Merkezi	2
Bitlis-Tatvan	3
Elmalı Köyü-Tatvan	2
İnce Kaya Köyü	2
Bitlis-Bayburt	5
Tatvan-Van	2
Van Gölü Çevresi	8
Batı Karadeniz	1

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların sıklıkla faaliyet gösterdiği rotaların sırasıyla Van Gölü Çevresi, Bitlis-Bayburt ve Nemrut Kalderası arası olduğu görülmektedir. Bahsi geçen diğer rotalarda ise sık olmasa da faaliyette bulduklarını ifade etmişlerdir. Ancak tüm katılımcıların ortak vermiş olduğu cevaplardan biri de faaliyetlerin sayısı, günü ya da süresi hakkında bilgilerinin olmadığıdır.

Araştırmanın mülakat sürecinde katılımcılara yöneltilen dördüncü soru '*Katılım sağladığınız rotalarla karşılaştırdığınızda Bitlis'in rotalarının artıları ve eksileri nelerdir?*' sorusudur.

Tablo 5. Bitlis İli Bisiklet Rotalarının Artı ve Eksileri Yönleri

<i>Katılımcı Cevapları</i>	<i>Benzer Cevapların Tekrar Edilme Sıklığı (Kişi)</i>
Doğal güzellikleri barındırması (Artı Yönü)	3
Yaz döneminin çok sıcak olmaması (Artı Yönü)	1
Bisiklet yollarının olmayışı, var olan yolların düzensiz ve bakımsız olması (Eksi Yönü)	6
Kış döneminin uzun sürmesi (Eksi Yönü)	1

Tablo 5'e göre katılımcılardan 6'sı bisiklet yollarının olmayışından, var olanların ise düzensiz ve bakımsız olmasından söz etmişlerdir. Bunun yanı sıra yine katılımcılardan 2'si kış döneminin uzun sürmesi durumundan bahsetmiştir. Katılımcılar Bitlis ili bisiklet rotalarıyla ilgili çoğunlukla olumsuz yönlerden bahsetmiş olsalar da 3 katılımcı belirtilen olumsuzlukların yanı sıra Bitlis ilinin doğal güzelliklerini de değiştirmişlerdir. Zira, bir önceki kullandıkları rotaları ifade ettikleri tablolarda da görüleceği üzere sıklıkla Van gölü çevresi ve Nemrut gibi doğal güzellikleri içinde barındıran rotalarda faaliyette bulunmuşlardır.

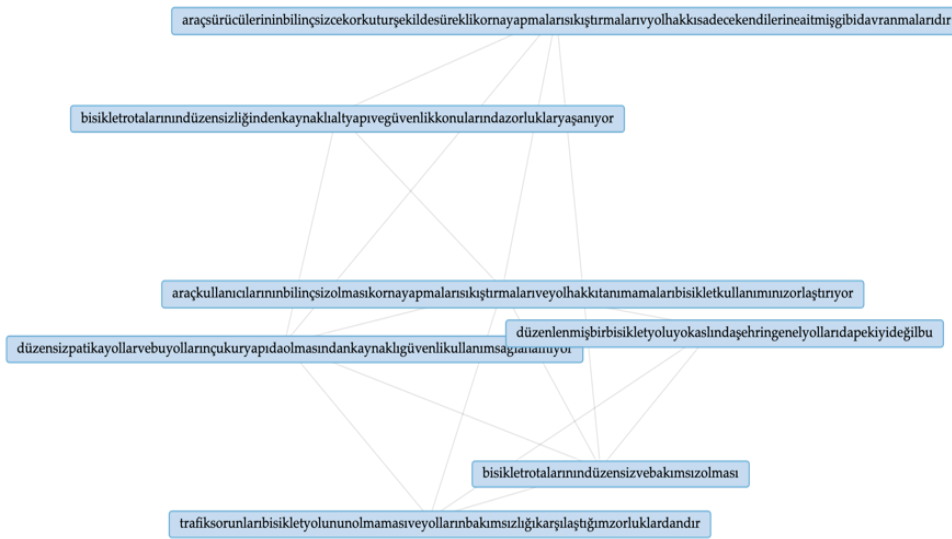
Araştırmanın mülakat sürecinde katılımcılara yöneltilen beşinci soru " Bitlis ili bisiklet rotalarını kullanırken karşılaştığınız zorluklardan bahsedebilir misiniz? (Altyapı, güvenlik vb.)" sorusudur.

Tablo 6. Bitlis İli Bisiklet Rotalarında Karşılaşılan Zorluklar

<i>Katılımcı Cevapları</i>	<i>Benzer Cevapların Tekrar Edilme Sıklığı (Kişi)</i>
Bisiklet yollarının olmayışı, var olan yolların düzensiz ve bakımsız olması	7
Kış döneminin uzun sürmesi	2
Trafik Problemi	3

Katılımcıların yanıtlarına dayanarak, en sık karşılaşılan zorlukların başında bisiklet yollarının olmayışı, var olan yolların düzensiz ve bakımsız olması gelmektedir. Bu sorun 7 kişi tarafından belirtilmiştir. İkinci sırada, kış döneminin uzun sürmesi ile ilgili bir zorluk var ve bu 2 kişi tarafından tekrarlanmış. Üçüncü sırada ise trafik probleminin bisiklet rotalarında karşılaşılan bir zorluk olduğu belirtilmiştir.

Şekil 1. Bitlis İli Bisiklet Rotalarında Karşılaşılan Zorluklar (Dar Kapsamlı Görseli)



Kaynak: Sinclair & Rockwell, (2024)

4. SONUÇ

Bisiklet turizmi, bisiklet kullanılarak gerçekleştirilen turistik aktiviteleri ifade etmekte ve genellikle doğal manzaralar, tarihi mekanlar ve kırsal alanlar üzerinden oluşturulan rotaları kapsamaktadır. Bu turizm türü, hem kısa vadeli günlük turlar hem de uzun süreli maceralar için uygun bir yapıdadır. Bisiklet rotaları, katılımcılara güvenli ve zevkli bir deneyim sunmak amacıyla tasarlanmış olup, genellikle trafikten uzak, az trafikli yolları içermektedir. Bisiklet turizmi, destinasyonlar açısından önemli bir yere sahiptir; yerel ekonomilere önemli katkılar sağlar, çevreye duyarlı bir turizm modeli olarak sürdürülebilir turizmi teşvik eder ve katılımcıların fiziksel sağlığını ve genel iyilik halini artırır. Bu özellikleri ile bisiklet turizmi, birçok bölge için değerli bir turizm alternatifi olarak öne çıkmakta ve giderek daha fazla tercih edilmektedir. Son yıllarda bisiklet turizminin artması, turizm sektöründe önemli bir dönüşümü tetiklemiştir. Bisiklet turizmi, spor amaçlı olduğu kadar doğayla iç içe olma ve yerel kültürleri keşfetme fırsatı sunarak popülerlik kazanmıştır. Bu turizm türünün çevresel sürdürülebilirlik ve yerel ekonomik kalkınma üzerinde de olumlu etkileri bulunmaktadır. Bisiklet rotalarının iyileştirilmesi, bölgesel turizm potansiyelini ve çekiciliğini artırırken, çevresel sürdürülebilirliği desteklemekte ve yerel topluluklar için sosyal ve kültürel fırsatlar yaratmaktadır. Bu bağlamda, Bitlis ilinde yapılan bu çalışma, bölgedeki mevcut bisiklet rotalarını değerlendirerek, bisiklet turistlerinin talep ve beklentilerine uygun düzenlemeler yapmayı amaçlamıştır. Bu düzenlemelerle Bitlis'in bisiklet turizminde daha cazip bir destinasyon haline gelmesi ve bölgedeki turizm gelirlerinin artması hedeflenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Bitlis ilindeki bisiklet rotalarının etkinliğini ve kullanıcı deneyimlerini değerlendirmek için nitel yöntem benimsenmiştir. Araştırma süreci, odak grup görüşmeleri ve standartlaştırılmış açık uçlu sorular aracılığıyla veri toplama yöntemlerini içermekte ve elde edilen veriler Microsoft Excel, Word ve VOYANT Tools programları kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada, geçerlilik ve güvenilirlik sağlamak amacıyla, alan yazın taraması ve uzman görüşlerine dayanarak mülakat soruları hazırlanmış ve amaca yönelik örneklem yöntemi ile konuyla doğrudan ilişkili katılımcılarla görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın temel amacı, bisiklet rotalarındaki iyileştirmeleri belirlemek ve bölgesel turizmi desteklemek üzerine odaklanmıştır.

Araştırmaya Bitlis ili bisiklet rotasını kullanan toplam 10 kişi katılım sağlamıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında %20'sini kadın, %80'i erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş aralıkları değerlendirildiğinde %70'inin 25-55 yaş aralığında olduğu görülmektedir. En az yaş aralığı ise %10 ile 56 ve üzeridir. Katılımcıların yarısından fazlasının (%60) bekar olduğu görülmektedir. Katılımcıların %60 ile büyük çoğunluğunun lisans derecesine sahip olduğu, bunu %20 ile lise ve lisansüstü mezunları takip etmektedir. Katılımcıların gelirlerine bakıldığında ise 17.000-34.000 TL ve 34.001-68.000 TL gelire sahip olanların eşit olduğu görülmektedir (%40). Son olarak katılımcıların ikamet ettiği il sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında %70 ile Bitlis ilinde yaşadıkları görülmektedir.

Araştırmanın sonuçları, Bitlis ilindeki bisiklet rotalarının kullanımı ve deneyimleriyle ilgili detaylı bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırmada, bisiklet rotalarının mevcut durumu, katılımcı deneyimleri ve karşılaşılan zorluklar hakkında çeşitli bulgular elde edilmiştir. Katılımcılar, genellikle Van Gölü Çevresi, Bitlis-Bayburt ve Nemrut Kalderası gibi rotalarda faaliyet göstermişlerdir, bu rotalar doğal güzellikleriyle öne çıkmaktadır. Ancak, katılımcılar tarafından bu rotaların çoğunlukla düzensiz ve bakımsız olduğu belirtilmiştir. Özellikle bisiklet yollarının olmaması, mevcut yolların ise düzensiz ve bakımsız olması katılımcılar için önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bunun yanı sıra katılımcılar mevsimler etkiler ve çevresel koşullar açısından da bisiklet rotalarının olumsuzluğunu dile getirmiştir. Kış aylarının uzun sürmesi ve yaz döneminin sıcak geçmesi, bisiklet kullanımını olumsuz etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Mevsim şartları, bisiklet faaliyetlerinin yoğunluğunu ve katılım sürelerini etkilemektedir. Araştırmada sıklıkla vurgulanan bir diğer önemli konu, altyapı eksiklikleri ve trafik ile ilgili güvenlik sorunlarıdır. Özellikle trafik problemleri, bisiklet yollarının olmaması ve yolların bakımsızlığı, bisiklet kullanıcıları için ciddi riskler oluşturmaktadır. Katılımcılar, araç sürücülerinin bilinçsiz davranışlarından ve trafik düzenlemelerinin yetersizliğinden şikayetçi olmuşlardır. Bu durum, bisiklet kullanımını daha da zorlaştırmakta ve potansiyel kazalara yol açmaktadır. Bunun yanı sıra mevcut rotaların doğal güzelliklerinin turizm potansiyelini artırabileceği, fakat bu potansiyelin altyapı ve güvenlik sorunları nedeniyle tam olarak kullanılmadığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar göz önüne alındığında Bitlis ilindeki bisiklet rotalarının geliştirilmesi için öneriler sunulmuştur;

Altyapı geliştirme: Mevcut durumda bisiklet yollarının eksikliği büyük bir sorun oluşturmaktadır. Bitlis ve çevresinde, özellikle turistik bölgelere ve popüler rotalara yönelik, düzenli ve güvenli bisiklet yolları inşa edilmelidir. Düzensiz ve bakımsız olan mevcut yolların standardizasyonu ve düzenli bakımı sağlanmalıdır. Yolların sık kullanılan bölgelerinde özellikle dikkatli bir iyileştirme yapılmalıdır.

Güvenlik Önlemleri: Yerel halk ve özellikle motorlu taşıt sürücüleri için bisikletlilerle paylaşılan yollarda nasıl davranılması gerektiği üzerine eğitimler düzenlenmelidir. Bisiklet yollarının araç trafiği ile kesiştiği noktalarda güvenli geçişler için özel tasarımlar ve işaretlemeler yapılmalıdır.

Bilgilendirme ve İşaretlemeler: Bisiklet rotaları boyunca yönlendirici ve bilgilendirici işaretler konulmalıdır. Bu işaretler, rota hakkında bilgi vermenin yanı sıra, yakın çevredeki turistik yerler, dinlenme alanları ve acil durum bilgilerini de içermelidir. Bisiklet rotalarının dijital ortamda haritalanması ve bir mobil uygulama aracılığıyla bisikletçilere sunulması, rotaların daha kullanışlı hale gelmesini sağlayabilir.

Mevsimsel ve Çevresel Düzenlemeler: Kış aylarında kullanımı zor olan rotalar için alternatif ve daha korunaklı rotalar geliştirilmelidir. Yaz aylarında ise gölge ve dinlenme noktaları artırılmalıdır.

Toplum Katılımı ve Farkındalık Yaratma: Bisiklet kullanımının faydaları ve bisiklet turizminin bölgesel ekonomiye katkıları üzerine kampanyalar düzenlenerek toplumun bu konudaki farkındalığı artırılmalıdır. Bisiklet festivali, yarışma gibi etkinlikler düzenlenerek hem yerel halkın hem de turistlerin bisiklet kullanımı teşvik edilmelidir.

Yerel İş Birlikleri: Yerel işletmelerle iş birlikleri yaparak, bisikletçilere özel indirimler, bisiklet park alanları gibi hizmetler sunulabilir. Bu sayede hem bisiklet turizmi desteklenmiş olur hem de yerel ekonomiye katkı sağlanır.

Bu araştırmanın temel sınırlılıkları arasında, katılımcı kitlesinin niceliksel ve niteliksel olarak sınırlı olması, mevsimsel etkilerin araştırma bulgularına yansıtılmamış olması ve altyapı ile güvenlik koşullarının subjektif algılara dayanarak değerlendirilmesi yer almaktadır. Gelecekteki araştırmalar için öneriler ise, demografik açıdan daha geniş ve çeşitli bir katılımcı grubu kullanılması, farklı mevsim koşullarında gerçekleştirilecek karşılaştırmalı çalışmalar, altyapı ve güvenlik koşullarının objektif verilerle analiz edilmesi, süreklilik arz eden izleme ve değerlendirme mekanizmalarının oluşturulması ve Bitlis ile benzer özellikler gösteren diğer bölgelerdeki bisiklet rotalarıyla karşılaştırmalı çalışmalar yapılması şeklinde sıralanabilir. Bu yönergeler, gelecek araştırmalarda daha derinlemesine ve uygulanabilir sonuçlar elde edilmesine katkıda bulunabilir, böylece Bitlis ili bisiklet turizmi altyapısının etkin şekilde geliştirilmesine yönelik stratejilerin belirlenmesine olanak tanır.

KAYNAKÇA

Adventure Cycling Association (ACA). 14 Nisan 2024 tarihinde (2021). <https://www.adventurecycling.org/> adresinden erişildi.

Akman Dömbekci, H. & Erişen, M. A. (2022). Nitel araştırmalarda görüşme tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2). 141-160. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227330>

Aşan, K. (2022). Measuring the impacts of travel influencers on bicycle travellers. *Current Issues in Tourism*, 25(6), 978-994. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1914004>

Aşan, K. & Akoğlan Kozak, M. (2015). Postmodern turist deneyimi ve bisiklet turizmi. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 6(21), 265-288.

Ay, E. & Güzel, M. O. (2021). Rekreasyonel bir faaliyet olarak bisiklet turizmi: Hatay bisiklet yolu ve çevresi üzerine bir değerlendirme. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(10), 972-988. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.856>

Berg, B. L. & Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Çev. H. Aydın). Eğitim Yayınevi. (Orijinal çalışma 2012 yılında yayımlandı)

Bilgiçli, İ. (2023). Sakarya ili bisiklet turizmi potansiyelinin incelenmesi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53). 10.35826/ijoess.3354

Bowling, A. (2002). *Research methods in health: Investigating health and health services*. McGraw-Hill House.

Brunt, P., Horner, S. & Semley, N. (2017). *Research methods in tourism, hospitality & events management*. SAGE Publications.

Butler, R. (2024). Tourism destination development: The tourism area life cycle model. *Tourism Geographies*, 1-9. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325932>

Chang, H. L. & Chang, H. W. (2005). Comparison between the differences of recreational bicyclists in national scenic bikeway and local bike lane. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 6, 2178-2193.

Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods Approaches*. SAGE Publications.

- Cumberland County Bike Trail Study (2000). Cumberland county bike trail study. 10 Nisan 2024 tarihinde http://www.sjtpo.org/Documents/CumbCoBikeStudy_Dec2000. Pdf adresinden erişildi.
- Cushing, S. (1997). The tourism potential of the national cycle network routes, talk given to Tourism Society Seminar, London, 20 October 1997.
- Dünder, Y. (2022). Her yönüyle bisiklet turizmi ve bisiklet dostu konaklama tesisleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1609-1625. 10.33083/joghat.2022.224
- Gazzola, P., Pavione, E., Grechi, D. & Ossola, P. (2018). Cycle tourism as a driver for the sustainable development of little-known or remote territories: The experience of the apennine regions of northern Italy. *Sustainability*, 10(6), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su10061863>
- González Moreno, A. (2016). Pla estratègic pel desenvolupament del cicloturisme a girona [Tesis de grado, Universitat de Girona]. https://dugi-doc.udg.edu/handle/10_256/13393.
- Faulks, P. (2010). Motivations and serious leisure careers of bicycle tourists participating in big rides (Doctoral thesis). Australia: University of Canberra.
- Faulks, P., Ritchie, B. & Fluker, M. (2007). Cycle tourism in Australia: An investigation into its size and scope. Sustainable Tourism CRC Gold Coast.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). *Applied thematic analysis*. SAGE Publications Inc., <https://doi.org/10.4135/9781483384436>
- Hamilton, T. L. & Wichman, C. J. (2018). Bicycle infrastructure and traffic congestion: Evidence from DC's capital bikeshare. *Journal of Environmental Economics and Management*, 87, 72-93. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2017.03.007>
- Han, H., Meng, B. & Kim, W. (2017). Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty. *Tourism Management*, 59, 91-103. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.013>
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80. 23.04.2024 tarihinde <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/kokdener/123091/13f.pdf> adresinden 23.04.2024 adresinden erişildi.
- Kocis, G. A. D. & Pehneç, M. (2012). How to develop cycle tourism?. Project Bicy. Eu.
- Krueger, R. A. (1994). Focus Groups: A practical guide for applied research. SAGE, Publications, Inc.
- Lamont, M. (2009). Independent bicycle tourism in Australia: A whole tourism systems analysis *tourism analysis* 14(5), 605-620. <https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359176>
- Lee, C. F. (2014). An investigation of factors determining cycling experience and frequency. *Tourism Geographies*, 16(5), 844-862. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.927524>
- Lee, C. F., Chen, P. T. & Huang, H. I. (2014). Attributes of destination attractiveness in Taiwanese bicycle tourism: The perspective of active experienced bicycle tourists. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 15(3), 275-297. <https://doi.org/10.1080/15256480.2014.925726>
- Lee, C. F. & Huang, H. I. (2014). The attractiveness of Taiwan as a bicycle tourism destination: A supply side approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(3), 273-299. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.739190>
- Liu, X. Y., Huang, D. & Li, Z. Y. (2018). Examining relationships among perceived benefit, tourist experience and satisfaction: The context of intelligent sharing bicycle. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5), 437-449. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1466814>
- Lumsdon, L. M. (1995, December 8). *Cycle tourism: The tourism potential of the national cycle network* [Conference presentation]. Bike to The Millennium Conference, New York.
- Lumsdon, L. (1996). Cycle tourism in Britain. Insights. March, p. 27-32. English Tourist Board.
- Lumsdon, L. & Peeters, P. (2009). The european cycle route network eurovelo: Challenges and opportunities for sustainable tourism. 10 Nisan 2024 tarihinde http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/iron-curtain-trail/files/ep_studyeurovelo_en.pdf adresinden erişildi.

- Maine Department of Transportation. (2001). Bicycle tourism in maine. 14 Nisan 2024 tarihinde <http://www.maine.gov/mdot/opt/pdf/biketourismexecsumm.pdf> adresinden erişildi.
- Marczyk, G., DeMatteo, D. & Festinger, D. (2005). *Essentials of research design and methodology*. John Wiley & Sons Inc.
- Matteucci, X. & Tiller, T. R. (2022). Package cycle tourists relationship to time and pace. *Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1177/146735842211027>
- Meng, B. & Han, H. (2016). Effect of environmental perceptions on bicycle travelers' decision-making process: Developing an extended model of goal-directed behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11), 1184-1197. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1129979>
- Mundet, L., Marin, J. & Figueroa, A. (2022). How to develop a road cycling tourism destination. Girona as a case study. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism-Research Planning and Management*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100566>
- Neuman, L. W. (2013). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7. Editions). Pearson.
- Neves, J. M. de O., & Esperança, J. P. (2012). Bike Usage and Cycle Tourism: The Pattern of Portuguese Associated Bike Riders. *Tourism & Management Studies*, 191-200.
- Nilsson, J. H. (2019). Urban bicycle tourism: Path dependencies and innovation in greater Copenhagen. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), 1648-1662. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650749>
- Özyazıcı, G. (2018). *Bisiklet festivallerinin turizm sektörüne olan ekonomik katkısı: Türkiye'deki bisiklet festivalleri üzerine bir çalışma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Park and Trails New York. (2010). Bicyclists bring business: A guide for attracting bicyclists to New York's Canal Communities. 14 Nisan 2024 tarihinde http://www.ptny.org/pdfs/canalway_trail/b3/Bicyclists_bring_business.pdf adresinden erişildi.
- Pratte, J. (2006). Bicycle tourism: On the trail to economic development. In B. Hallman, J. Gardiner & D. Blair (Eds.), *Prairie Perspectives: Geographical Essays* (pp.67-68) . University of Winnipeg Printing Services.
- Patton, Q. M. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. SAGE Publications, Inc.
- Reis, A. C., Lovelock, B., & Jellum, C. (2014). Linking tourism products to enhance cycle tourism: The case of the Taieri Gorge railway and the Otago central rail trail, New Zealand. *Tourism Review International*, 18(1), 57-69. <https://doi.org/doi:10.3727/154427214X13990420684527>
- Ritchie, B. W. (1998). Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues. *Tourism Management*, 19(6), 567-582. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00063-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00063-6)
- Ritchie, B. W. & Hall, C. M. (1999). Bicycle tourism and regional development: A new zealand case study. *Anatolia*, 10(2), 89-112. <https://doi.org/10.1080/13032917.1999.9686974>
- Ritchie, B.W., Tkaczynski, A. & Faulks, P, (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4): 409-425. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.481582>
- Sheng, Y. (2015). Understanding the motivations of bicycle tourists in New Zealand: The Case of the Hauraki Rail Trail (Auckland University Of Technology in).14 Nisan 2024 tarihinde <http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/9956/ShengY.pdf?sequence=3> adresinden erişildi.
- Sinclair, S. & G. Rockwell. (2024). Links. Voyant Tools. 23 Nisan 2024 tarihinde <https://voyant-tools.org/?query=bisikletrotalar> adresinden erişildi.
- Sustrans (1999) Cycle Tourism Information. 10 Nisan 2024 tarihinde <http://www.sustrans.org.uk/webfiles/Info%20sheets/ff28.pdf> pack. adresinden erişildi.
- Türkay, O. & Atasoy, B. (2021). Sürdürülebilir turizmin bir aracı olarak bisiklet turizmi: Avrupa Birliği (AB) örneği. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1(1), 51-69.
- Türkmen, S. & Gökdemir, S. (2021). Bisiklet turizmi motivasyonlarının belirlenmesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(1), 19-32. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4574580>

University of Central Lancashire & Breda University. (2009). *The European Cycle Route Network EuroVelo*. 14 Nisan 2024 tarihinde <https://clock.uclan.ac.uk/23243/1/EuroVelo%20final%20report.pdf> adresinden erişildi.

Xu, H. G., Yuan, M. & Li, J. (2019). Well-being of Cycling Tourists in Hainan, China. *Sport in Society*, 22(8), 1449-1465. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1619699>

YAZAR BEYANI

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Makalede kullanılan ölçek için yazar(lar) tarafından ölçeğin orjinal sahibinden izin alındığı beyan edilmiştir. Yazar(lar), dergiye imzalı “*Telif Devir Formu*” belgesi göndermişlerdir. **Bu araştırmanın yapılması ile ilgili olarak Bitlis Eren Üniversitesi Etik Komisyonundan 03/05/2024 tarih ve E-84771431-050.04-133650 sayılı “Etik İzni Belgesi” alınmıştır. /**

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı: %50

2. yazar katkı oranı: %50

Enflasyon Belirsizliği Girişimci Kararları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

The Relationship between Inflation Uncertainty, Entrepreneurial Decisions and Economic Growth

Aytaç DEMİRAY
Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi Akşehir MYO
demiray@selcuk.edu.tr
https://orcid.org/0000-0003-3872-172X

Makale Başvuru Tarihi: 14.06.2024
Makale Kabul Tarihi: 30.06.2024
Makale Türü: Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler:

ÖZET

Enflasyon Belirsizliği,
Yatırım Kararları,
Ekonomik Büyüme

Girişimciler yatırım kararlarını alırken yatırımı gerçekleştirmeyi planladıkları ülkenin makro ekonomik koşullarını göz önünde bulundurmak durumundadırlar. Bir ülkenin en önemli makro ekonomik göstergelerinin başında yer alan enflasyon oranı, döviz kurları ve faiz oranları girişimcilerin bir sonraki yatırımlarının başarısı için dikkatle takip edilmesi gereken verilerdir. Bir ülkede Enflasyon oranlarının yüksek seyretmesi birçok ekonomist tarafından iç piyasada gelecekle ilgili belirsizlik ortamı yaratan bir unsur olarak değerlendirilirken enflasyonun ekonomik büyümeyi tetikleyici özelliği olduğundan ekonomi açısından faydaları olduğunu iddia eden ekonomistlerin sayısı da azımsanmayacak ölçüdedir. Tüm bu görüşler arasında enflasyonun ülke ekonomisinin, özellikle de iç piyasanın geleceği açısından bir belirsizlik yarattığı ve bu belirsizliğin girişimciler tarafından doğru yönetilmesi ve titizlikle takip edilmesi gerektiği konusunda tüm ekonomistlerin hem fikir olduğu söylenebilir. Çalışmada, geçmişten günümüze enflasyon ve enflasyonun ülke ekonomisinde yarattığı belirsizlik ortamının girişimcilerin yatırım kararları üzerine etkileri konusunda ortaya atılan ortak ve zıt fikirler derlenmiştir. Aynı zamanda çalışmada enflasyon ortamında yatırım kararları alınırken girişimcilerin göz önünde bulundurması gereken riskler ve bu risklerin yönetilmesi üzerine geliştirilen yöntemler irdelenmiştir.

Keywords:

ABSTRACT

Inflation Uncertainty
Investment Decisions
Economic Growth

When making investment decisions, entrepreneurs must consider the macroeconomic conditions of the country in which they plan to invest. Inflation rate, exchange rates and interest rates, which are among the most important macroeconomic indicators of a country, are data that entrepreneurs must follow carefully for the success of their next investments. While high inflation rates in a country are considered by many economists as a factor that creates an environment of uncertainty about the future in the domestic market, the number of economists who claim that inflation has benefits for the economy, as it has the feature of triggering economic growth, is also considerable. Among all these views, it can be said that all economists agree that inflation creates uncertainty for the future of the country's economy, especially the domestic market, and that this uncertainty should be managed correctly and followed meticulously by entrepreneurs. In the study, common and opposing ideas put forward from past to present about inflation and the effects of the uncertainty environment created by inflation in the country's economy on the investment decisions of entrepreneurs are compiled. At the same time, the study examined the risks that entrepreneurs should consider when making investment decisions in an inflationary environment and the methods developed to manage these risks.

1. GİRİŞ

Ekonomik büyüme ve gelişmenin sadece sermaye, işgücü ve topraktan oluşan üç üretim faktörü üzerinden açıklanabilecek bir kavram olmadığı günümüzde ekonomi bilimi ile ilgilenen her bilim insanı tarafından kabul edilmektedir. (Hartwell, 2014)'e göre üretim artışı ve beliren fırsatların ve teknolojik yeniliklerin değerlendirilmesi konusunda girişimciler, ülke ekonomisinin gelişiminde ve işleyişinde önemli roller üstlenmektedirler. Girişimcilik potansiyeli yüksek ülkelerde girişimciler ülkenin ekonomik performansının da

temel belirleyicileri konumundadırlar. Schumpeter (1942)'in "yaratıcı yıkım" tezi ile girişimcilerin ekonomi içerisindeki payı ön plana çıkmıştır. Schumpeter'e göre ekonomik gelişim; son teknolojinin uygulandığı üretim teknikleri, yeni pazarların bulunması ve piyasaların re-organizasyonu gibi bileşenleri olan kesikli yeniliklerden ibarettir. Söz konusu kesikli yeniliklerin oluşturulması için en önemli yöntem ise yeni girişimlerin hayata geçirilmesidir (Schumpeter, 2010). Yeni buluşlar, yeni pazarların keşfi ve üretim faktörlerinin fiyatlarındaki değişimler gibi kayda değer gelişmelerde girişimcilerin aktif olarak rol aldığını reddeden bir çok çalışmanın aksine Baumol (2002), müteşebbislerin inovasyon konusunda riskler olarak teknolojinin gelişiminde ve bu tür gelişmelerin ekonomiye ve sivil topluma çok önemli pozitif katkılarda bulunduğunu ifade etmiştir (Mthanti ve Ojah, 2017).

Daha önce görülmemiş bir fırsatın görülmesi uygulanabilirliğinin sınanması ve uygulamaya geçilerek fikrin ticari hale getirilmesi, girişimcilikle ekonomik gelişme arasındaki temel bağı oluşturmaktadır. Bu yolla girişimci, bilginin yayılmasını, yeni girişimci tarafından yorumlanmasını, geliştirilmesini ve uygulama alanının gelişmesini sağlayarak ekonomik büyümenin temellerini atan bir lokomotif görevi üstlenmektedir (Holcombe, 1998). Girişimcilik Holcombe gibi birçok ekonomist tarafından ekonomik gelişimin belirleyicisi olarak nitelenmektedir (Naudé, 2011). Girişimcilikle ekonomik büyüme arasındaki ilişki ekonomi alanında araştırmalar yapan birçok isim tarafından (Blau, 1987), (Holcombe, 1998), (Mthanti ve Ojah, 2017), (Schmitz Jr, 1989), (Stam vd., 2009), (Prieger vd., 2016), (Wennekers vd., 2005) ortaya konulmuştur.

Girişimcilerin yeni işletme kurma, yatırım yapma ve üretim konusunda birincil motivasyon kaynağı şüphesiz kâr etme güdüsüdür. Ekonomide güven ortamının oluşması ve belirsizliklerin azalması ise girişimciliği uyaran bir diğer unsurdur. Ekonomilerde zaman zaman yaşanan belirsizlik durumlarında güvene olan talebin arttığı, güven ortamının sağlanmasıyla birlikte yeni yatırımlarda artış yaşandığı görülmektedir. Bir ülkede belirsizliği azaltan ve güven ortamı oluşmasını sağlayan en önemli unsurlar arasında; mülkiyet haklarının korunması, iletişim ağları, sosyal sermaye düzeyinin iyileştirilmesi ve fiyat istikrarı sayılabilir. Bu başlıklar üzerine yapılacak düzenlemeler toplumda risk alma düzeyini arttırarak işlem maliyetlerinin düşmesine, başka bir ifadeyle ekonominin işleyişinde sürtünmenin azalmasına sebep olmaktadır. Ekonomide yaşanan belirsizliğin, faiz ve kapasite kullanım oranlarının ardından en önemli sebebinin enflasyon olduğu bilinmektedir. Bu sebeple çalışmanın amacı, girişimcilik kararları üzerinde güven ve belirsizlik gibi unsurların etkilerinin enflasyon özelinde ele alınmasıdır. Çalışmada, enflasyonist ekonomilerde girişimcilerin enflasyonun zararlı etkilerini minimuma düşürmek adına aldıkları kararları yeniden gözden geçirerek risklerini minimuma düşürebilmeleri için uygulanan hesaplama yöntemleri hakkında bilgi verilmiştir.

2. GİRİŞİMCİLİK-EKONOMİK PERFORMANS İLİŞKİSİ

Ekonomik performansını yükseltmeyi amaçlayan ülkeler için yeni yatırımlar ve özellikle girişimci bir bakış açısıyla oluşturulan firmaların faaliyetleri büyük öneme sahiptir. Ülkelerin ekonomik performanslarının ölçümü ve ülkelerin ekonomik performansları arasındaki farkların belirlenmesi üzerine yapılan çalışmaların büyük bölümünde, ortaya çıkan performans farklılıklarının kaynağı olarak uygulanan makro ekonomi politikaları gösterilmiştir (Akın ve Aytun, 2017: 890).

Fakat bazı çalışmalarda sahip olunan üretim faktörleri açısından birbirine yakın faktör donanımı koşullarına sahip ve benzer makro ekonomi politikaları uygulayan ülkeler arasında da ekonomik performansların farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Özellikle 1990 sonrası bu tür performans farklılıklarının açıklanmasında makro politikaların yetersiz kaldığı kanısı oluşmuştur. 1990 sonrası yapılan birçok çalışmada ülkeler arası ekonomik performans farklılıklarının açıklanmasında ekonomik çevre kadar sosyal çevrenin yansımaları da yapılan ekonomik analizlerde kullanılmaya başlanmıştır. Girişimcilerin üretim arzularının üretim seviyesindeki değişimler üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmüş ve 1990 sonrası yapılan çalışmalarda genellikle bireysel yaklaşımlara odaklanılmıştır. Söz konusu yaklaşımla girişimci arasında görülen üretim isteğinin farklılaşması durumunun sebepleri araştırılmaya başlanmıştır. Bu amaçla girişimcilerin girişim kararlarını etkileyen faktörler ele alınarak ekonomi politikalarının bu çalışmalardan elde edilecek bulgulara paralel oluşturulması oldukça önemli hale gelmiştir.

Girişimciliğin tanımı ile ilgili kaynaklar incelendiğinde tarihte ekonomik kırımlara sebep olan olaylara paralel olarak girişimciliğin tanımında da önemli değişiklikler yapıldığı görülmektedir. En çok kullanılan girişimcilik tanımlarında ortak hareket noktasının kar etme güdüsü olduğu görülmekle birlikte sanayi toplumuna, sonrasında da bilgi toplumuna doğru yaşanan geçişle birlikte girişimciliğin ortaçağda kullanılan tanımına göre günümüzde kapsamının oldukça genişlediği ve tanıma birçok araştırmacı tarafından farklı anlamlar yüklenerek girişimcilik kavramının yeniden tanımlandığı görülmektedir (Arıkan, 2002). Tanımların neredeyse tamamında girişimcinin temel amacı olarak kar etme güdüsü gösterilse de risk ve belirsizlik kavramları tanımlamalarda sıklıkla kullanılan

diğer unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Söz konusu bu iki kavramın yanında kar elde etme amacıyla kurulacak bu sistemin veya organizasyonun özellikleri yenilikçiliği ve büyümeyi amaç edinmiş olması gerektiği de ifade edilmektedir (Taşkın, 2012).

Girişimciler açısından kar amacının yanı sıra ekonomide gelecekle ilgili belirsizliğin az olması da yeni yatırımlar konusunda önemli bir uyarıcı niteliğindedir. Ekonomik belirsizlik durumunun görüldüğü ekonomilerde ise girişimcilerin güven talebinin arttığı görülür (Sargut, 2003). Serbest ekonomi koşullarının sağlandığı, mülkiyet hakları konusunda gereken hassasiyetin tesis edildiği ekonomilerde teşebbüslerin ve dolayısıyla üretim seviyesinin arttığı belirlenmiştir. Bir ülkede oluşturulan güven ortamı, iletişim alt yapısı ve kuralların birleşimi olarak tanımlanan sosyal sermaye seviyesinin yüksek olması, özel sermaye yatırımlarını artırıcı toplumun risk almaya eğilimini arttırıcı bir etki yaratmaktadır. İşlem maliyetlerinin düşmesini sağlayan bu güven ortamı ekonomik sürdürmeyi azaltarak birçok ekstra maliyetin de düşmesine sebep olmaktadır (Akın ve Aytun, 2017).

Ekonomi literatürüne bakıldığında ülkeler arası büyüme farklılıklarının oluşumunun belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalarda analizlerin çoğunlukla üretim faktörleri üzerine yoğunlaştığı, sosyal sermaye, güven ve ekonomik belirsizlik gibi konuların ise genellikle analizlerde göz ardı edildiği görülmektedir. Literatürde görülen bu eksikliğin tamamlanması adına ekonominin geleceğinde belirsizliğe sebep olduğu bilinen faiz oranlar, kapasite kullanım oranları ve benzeri göstergeler kadar enflasyon ve güven seviyesinin de girişimci kararları üzerinde etkili olduğu ve analizlere dahil edilmesi gerekmektedir.

Ekonomik büyümenin ekonomi ders kitaplarında yapılan en sade tanımı “bir önceki yıla göre ülke üretiminin artması” şeklindedir. Başka bir deyişle bir ülkede ekonominin reel anlamda büyüdüğünden bahsedilebilmesi için üretim artışı temel koşuldur. Ekonomik büyüme durumunda üretim imkânları eğrisi sağa doğru kayar ve bu durum ülkenin sahip olduğu üretim faktörlerinin bir önceki döneme göre miktar veya verimliliklerinin arttığı şeklinde yorumlanır. Üretim faktörlerinin miktar olarak artması birçok farklı koşula dayanırken mevcut faktörlerin verimliliklerinin artması bir teknolojik gelişme veya yeni bir buluşla mümkündür. Girişimcilerin ekonomik büyüme konusunda ekonomiye verdikleri katkının temelinde üretim faktörlerinin verimliliklerini artırma yönünde topluma kazandırdıkları yenilikler ve buluşlar yattığı çalışmanın bir önceki bölümünde ekonomi yazınından çeşitli örneklerle açıklanmaya çalışılmıştı. Bu fikirlere ek olarak Prieger vd. (2016) yaptıkları çalışmada girişimcilik ve büyüme arasındaki ilişkiyi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olarak iki başlık altında incelemişlerdir. Çalışmada gelişmiş ekonomilere göre gelişmekte olan ülkelerde yeni kurulan küçük işletme sayısının daha fazla olmasının girişimcilik oranını arttırdığını ve dolaylı olarak bu durumun ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etki yarattığını ifade etmiştir. Bu yönde yapılan birçok çalışmanın sonuçlarına bakarak girişimcilikle ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişkinin özellikle gelişmekte olan ülkelerde oldukça belirgin olduğu söylenebilir.

Bahsedilen çalışmalarda Ekonomik büyüme ve girişimci kararlarının bu denli birbirine bağlı kavramlar olması dolayısıyla enflasyonun ekonomik büyüme üzerine etkilerinin, girişimci kararları üzerine etkilerinden bağımsız değerlendirilmesi doğru olmayacaktır.

3. ENFLASYONUN, YATIRIMLAR VE BÜYÜME ÜZERİNE ETKİLERİ

Enflasyonun büyüme üzerine olumlu ve olumsuz etkileri iktisat literatüründe tartışmalı konulardan birisidir. Bu tartışmalarda haklı taraf dünya ekonomisinin içinde bulunduğu konjonktüre göre değişmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası tüm dünyada hâkim ekonomik sistem olarak kabul edilen Keynesyen politikanın toplam talebi arttırmaya yönelik yaklaşımı üretim artışının yanında enflasyon artışına da sebep olmuştur. Bu dönemde önemli bir sorun olarak görülmeyen enflasyonun, birçok ekonomi düşünürü tarafından ekonomik büyüme üzerinde olumlu birçok etkisi olduğu öne sürülmüştür. Mundell-Tobin etkisi olarak ekonomi literatürüne geçmiş olan yaklaşıma göre enflasyon ortamı para tutma maliyetinin artmasına sebep olduğundan, ekonomik aktörler riskten kaçınmak isterler ve reel gelir seviyelerini koruma amacıyla yatırım kararlarını sermaye lehine kullanırlar. Bu durum ekonomideki sermaye birikiminin artmasına, reel faiz oranlarının düşmesine sebep olacak ve bu yolla büyüme hızı artacaktır. (Mundell, 1965; Tobin, 1965). 1960'lı yıllarda Phillips eğrisi genel kabul gören bir fikirdi. Kısa dönemde enflasyon ve büyüme arasında pozitif ilişki olduğu iktisatçılar arasında neredeyse ortak bir görüş haline gelmişti. (Tobin, 1965) ve (Sidrauski, 1967) bu görüşü bir adım öteye taşıyarak uzun dönemde ve enflasyon oranının yüksek olduğu dönemlerde de bu ilişkinin pozitif olduğunu savunmuşlardır. Bu görüşlerin temelinde yatan düşünce enflasyon ile sermaye birikimi arasında pozitif bir ilişki olduğundan dolayı enflasyon oranındaki artışın sermaye birikiminde ve dolayısıyla büyüme hızında artışa sebep olacağı düşüncesiydi.

Petrol krizlerinin ardından 1980'li yıllara gelindiğinde enflasyon oranlarının birçok ülkede yüksek seyretmesine rağmen ekonomik büyüme oranlarının düştüğünün görülmesi enflasyon oranı ile büyüme oranı arasında pozitif ilişki olduğu yönündeki bu fikirlerin sorgulanmasına sebep olmuştur.

Enflasyonla büyüme arasındaki ilişkinin pozitif olması gerektiğini iddia eden ekonomi düşünürleri ve akımlarının argümanları irdelenmiştir.

Keynesyen ve Monetarist görüşü kabul eden ekonomistlerin çoğunluğu Phillips eğrisinin özellikle kısa dönemde doğruluğunu kabul etmektedir. Bu düşünceye göre enflasyonun çeşitli nedenden dolayı ekonomik büyüme üzerine pozitif etkileri olacaktır.

Öncelikle enflasyon artışı bireylerin servetlerinde azalmaya yol açarak bireyleri enflasyondan önceki durumlarına tekrar ulaşabilmek için tasarruflarını arttırmaya yönlendirecektir. Tasarruflardaki bu artış sonucu düşecek olan faiz oranları yatırımların artması yoluyla ve ekonomik büyümeye yol açacaktır. Ayrıca bu düşünceye sahip iktisatçılara göre enflasyon, yatırım portföylerinin finansal piyasalardan reel piyasalara kaymasına sebep olarak sermaye yoğunluğunun yükselmesine ve bu yolla büyüme artışına sebep olmaktadır. Başka bir deyişle söz konusu iktisatçılar enflasyonun ekonomik işleyiş içerisinde bir katalizör işlevi gördüğü ve büyümenin önemli bir parçası olduğunu öne sürmektedir (Grimes, 1991).

Mali sistem altyapısı henüz yeteri kadar gelişmemiş ülkelerde merkez bankaları enflasyon vergisi (senyoraj) diye anılan yöntemle belli miktarda gelir sağlamaktadır. Hükümetler elde edilen bu geliri yatırımları finanse etmekte kullanarak enflasyon ortamında belli miktarda büyümeyi destekleyebilecekleri iddia edilmektedir (Erçel, 1999).

Enflasyonla büyüme arasında pozitif yönlü ilişki olduğu fikrini savunan iktisatçılardan olan Bruno ve Easterly (1998) tarafından ortaya konan bir diğer argüman da şu şekildedir; enflasyon oranındaki değişimlere daha yavaş uyum sağlayan nominal ücretler, belli bir zaman alan ücret pazarlıklarının yanı sıra hükümetler tarafından toplam talebi düşürmek amacıyla ortaya konulan reel ücretlerin azaltılmasına yönelik çabalar, çalışan ve işverenler arasında gelir dağılımı açısından farklılaşmaya sebep olur. Bu süreçte tasarruf eğilimi nispeten daha düşük olan çalışan kesimin reel geliri düşerken, tasarruf eğilimi daha fazla olan girişimci kesimin reel gelirlerinde artış meydana gelir. Bruno ve Easterly (1998) çalışmalarında girişimcilerin reel gelirinde meydana gelen bu artışın yeni yatırımları hızlandıracağı ve bu yolla ekonomik büyümenin sağlanacağı fikrini ortaya koymuşlardır.

Enflasyonun ekonomik büyüme üzerine pozitif etkisi olacağını savunan fikirlerin dayanak noktası genellikle enflasyonun zorunlu tasarrufları arttıracığı temeline dayanmaktadır. Fakat bu görüşü destekleyen çalışmaların çoğunluğunun yapıldığı döneme bakıldığında, çalışmalarda enflasyon oranlarının düşük, büyüme hızının ise yüksek olduğu dönem verilerinin kullanıldığı görülür.

Enflasyonun büyümeye olumsuz etkileri olduğunu savunan iktisat düşünürlerinin temel hareket noktası ise Friedman (1977) tarafından "Enflasyon oranının yüksek ve dalgalı olduğu bir ortamda görece fiyat hareketlerinin bilgi aktarma özelliğinin yok olması ekonomik etkinliği azaltmakta ve bu durum sonucunda büyüme olumsuz etkilenmektedir" şeklinde açıklanmıştır. Bu düşünceye ek olarak Fischer vd. (1981) enflasyonun kaynak dağılımı üzerindeki olumsuz etkisinin nispi fiyat değişimleri yoluyla yatırımları olumsuz etkilediğine dikkat çekmiştir. Fisher ve arkadaşlarına göre bir ekonomide ortaya çıkan eksik bilgi ve fiyat katılığı durumu, fiyatlar genel seviyesinde artış olması durumunda bu artışın kaynağının nominal mi yoksa reel mi olduğunu belirlemeyi zorlaştıracaktır. Başka bir deyişle enflasyonun büyümeyi olumsuz etkilediğini savunan ekonomistler genel olarak enflasyon ortamının geleceğe dair olumsuz beklentilerin oluşmasına sebep olacağı ve bu yolla yatırımlardaki azalışın ekonomik büyümeyi negatif etkileyeceği fikrini savunmaktadırlar. Bu konuda yapılan mikro ve makro temelli birçok araştırmanın sonucu enflasyonun büyüme üzerine etkisinin negatif olduğu görüşünü desteklemektedir. Aşağıda bu fikri destekleyen iktisatçıların ortaya koydukları gerekçeler verilmiştir.

Piyasa mekanizmasının serbest piyasa koşulları altında sağlıklı bir performans sergileyebilmesi, ekonomik aktörlerin fiyat oluşumları yoluyla aldıkları sinyalleri kullanarak aldıkları sağlıklı yatırım ve harcama kararlarını uygulayabilmeleri ile mümkündür. Söz konusu piyasalarda yapısal sorunların yaşanması veya fiyat oluşumlarının serbest piyasa koşulları dışında oluşması bu aktörlerin fiyat sinyallerinde bozulmalara sebep olmaktadır. Sağlıksız fiyat oluşumu fiyat sinyallerinde bozulmaya, kaynak dağılımının bu durumdan olumsuz etkilenmesine, etkin piyasa işleyişinin aksamasına ve nispi fiyat değişimlerine sebep olarak ekonominin verimliliğinin düşmesine sebep olmaktadır. Başka bir deyişle ekonomik birimlerin gelecekle ilgili alacakları yatırım, üretim ve harcama kararlarının bozulmasına sebep olacaktır, zira fiyat beklentileri gelecekle ilgili kararlar üzerinde son derece etkilidir. Enflasyon oranının yüksek olması ve aşırı fiyat dalgalanmaları ekonomik karar verme birimlerinin gelecekteki gelir ve harcamalarını tahmin etmekte zorlanmalarına sebep olmakta ve bir belirsizlik ortamı

yaratmaktadır. Bu belirsizlik ortamı hem hane halkının hem de firmaların uzun süreli sözleşmelerden kaçınmalarına dolayısıyla da ekonomideki yatırım harcamalarının düşmesine sebep olmaktadır (Erçel, 1999).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde sıklıkla görülen yatırımların finansmanının borçlanma yoluyla yapıldığı ekonomik ortamlarda enflasyon sebebiyle oluşan fiyat dalgalanmaları risk primlerinin artışına sebep olacak, bu da yatırım maliyetlerinin yükselmesine sebep olacaktır. Yatırım kararlarını alırken “Net Bugünkü Değer” analizinden faydalanan firmalar, enflasyon sebebiyle sadece fiyat dalgalanmalarıyla değil faiz dalgalanmalarıyla da karşı karşıya kalacaklardır. Bu durum planlanan yatırımların ertelenmesine veya iptal edilmesine yol açacaktır (Pindyck ve Solimano, 1993). OECD ülkeleri üzerine Andrés ve Hernando (1999) tarafından yapılan çalışmanın bulgularına göre enflasyon oranının yüksek olmasının fiyatların güvenilir bilgi oluşturmasını engellediği, bu sebeple ekonomik karar birimlerinin doğru bilgiye ulaşma ve fiyat dalgalanmalarından dolayı uğranılacak zararlardan korunmaya harcadıkları maliyetlerde de artış olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Enflasyonun yüksek oranlara çıktığı görülen ekonomilerde finansal varlıkların reel değerlerinin düştüğü, tasarruf sahiplerinin bu sebeple kıymetli maden, gayrimenkul, toprak gibi reel varlıklara yatırımlarını yönlendirdikleri görülmektedir. Bu durum finansal piyasalarda tasarrufların azalmasına ve finansal derinleşmenin olumsuz etkilenmesine sebep olacaktır. Buna ek olarak enflasyon oranlarının yüksek olduğu ekonomik ortamlarda finansal hizmetlerin diğer sektörler göre daha yüksek getiriler sağlar. Finansal sektörün sunduğu bu yüksek getiri sebebiyle Ar-Ge ve üretim faaliyetlerinde azalma yaşanırken bu sektörlerden mali sektöre doğru dikkate değer miktarda kaynak ve işgücünün kayması durumu söz konusu olacaktır. Sektörler arası böylesi bir kaynak aktarımı ise büyüme potansiyelinin uzun dönemde sınırlanmasına sebep olacaktır (Frenkel ve Mehrez, 1998).

4. SONUÇ

Kurulan her yeni işletme rekabete katkı sağladığından, şirketlerin sayısal ve çeşitlilik anlamında artışı ekonomik sürecin doğal bir sonucudur. Herhangi bir piyasada yaşanan rekabet artışı yeni fikir ve yöntemlerin uygulanabilmesi için zemin oluşturur. Bu görüşe göre girişimcilik artışıyla birlikte piyasada yeni fikirlerin gelişmesi, piyasanın veya sektörün çeşitlenmesi ve bu sayede yeni yaklaşımların hayata geçmesi için fırsatlar oluşur (Amorós vd., 2016). Gartner vd. (2010) çalışmalarında girişimsel davranışı sadece mevcut firmalardaki faaliyet değişimi ile tanımlamanın doğru bir yaklaşım olmadığını, gerçek girişimsel davranışın daha çok yeni işletmelerin oluşturulması ile ilgili olduğunu ifade etmişlerdir. Bu sebeple yeni kurulacak olan işletme için kapasite yaratması beklenen yasal, kurumsal ve sosyal ortamın etkileri ön plana çıkmaktadır. Girişimcinin üstlendiği görev detaylandırılırsa kıt kaynakların birbirine entegre edilmesiyle ilgili karar alma süreci olarak da tanımlanabilir. Bu durum genellikle işletmede yaratıcılığın ve inovasyonun ön plana çıkmasıyla ilgilidir. Bu yaklaşımdan hareketle işletme sahipliği sayısı ekonomideki endüstriyel yapının önemli bir boyutu olarak değerlendirilmektedir (Wennekers vd., 2005). Girişimciliğin ekonomik büyüme üzerine mevcut işletmeler üzerinden etki ettiği ve katkı sağladığına dair düşünceleri öne süren Sautet (2013) gibi ekonomistlerin yanı sıra (Naudé, 2011) gibi bazı ekonomistler işletmelerin gelişimi ve büyüme süreçleri boyunca da ekonomik büyüme üzerinde önemli etkileri olduğunu savunmaktadır. Prieger vd. (2016) girişimciliğin etkilerini gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler üzerine etkileri olmak üzere ikiye ayırdıkları çalışmalarında gelişmiş ülkelere nazaran yeni açılan küçük işletmelerin sayılarının gelişmekte olan ülkelerde çoğunluk oluşturduğunu ve bu sebeple gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik oranı artışlarının ekonomik büyüme üzerine pozitif etkilerinin daha yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Başka bir ifadeyle (Prieger vd., 2016)’e göre özellikle gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik ekonomik büyümenin en önemli belirleyicisidir. Enflasyonun büyüme üzerine olumlu ve olumsuz etkileri iktisat literatüründe tartışılmalı konulardan birisidir. Bu tartışmalarda haklı taraf dünya ekonomisinin içinde bulunduğu konjoktüre göre değişmektedir. Fakat yatırım kararlarının alınması aşamasında girişimcilerin kararının en önemli etkileyicisi ekonomik ve finansal açıdan ülkenin sahip olduğu istikrar durumudur. İstikrar göstergesi iş yaratma ve ekonomik iyileşme açısından son derece önemli bir kavramdır. Ekonomide fiyat ve faiz göstergeleri açısından istikrarın sağlandığı dönemlerde dinamik girişimciler yaratıcılık özelliklerini daha rahat kullanabilmekte ve bu yolla toplum refahı ve zenginliğinde artış yaşanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akın, C. S. ve Aytun, C. (2017). *Girişimcilikte Belirsizlik ve Güvenin Rolü: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*. III. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi, MUĞLA / TÜRKİYE.
- Amorós, J. E., Borraz, F. ve Veiga, L. (2016). Entrepreneurship and socioeconomic indicators in Latin America. *Latin American Research Review*, 51(4), 186-201.
- Andrés, J. ve Hernando, I. (1999). Does inflation harm economic growth? Evidence from the OECD *The costs and benefits of price stability* (pp. 315-348): University of Chicago Press.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik: Temel kavramlar ve bazı güncel konular*: Siyasal kitabevi.
- Baumol, W. J. (2002). *The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism*: Princeton university press.
- Blau, D. M. (1987). A time-series analysis of self-employment in the United States. *Journal of political economy*, 95(3), 445-467.
- Bruno, M. ve Easterly, W. (1998). Inflation crises and long-run growth. *Journal of Monetary economics*, 41(1), 3-26.
- Erçel, G. (1999). Türkiye’de enflasyon ve büyüme ilişkisi: Genel bir değerlendirme. *iMKB Dergisi*, 12, 15-30.
- Fischer, S., Hall, R. E. ve Taylor, J. B. (1981). Relative shocks, relative price variability, and inflation. *Brookings Papers on Economic Activity*, 1981(2), 381-441.
- Frenkel, M. ve Mehrez, G. (1998). Inflation and endogenous technological growth: Europa-Inst., Abt. VWL.
- Friedman, M. (1977). Nobel lecture: inflation and unemployment. *Journal of political economy*, 85(3), 451-472.
- Gartner, W. B., Carter, N. M. ve Reynolds, P. D. (2010). Entrepreneurial behavior: Firm organizing processes. *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction*, 99-127.
- Grimes, A. (1991). The effects of inflation on growth: some international evidence. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127(4), 631-644.
- Hartwell, C. A. (2014). Capital controls and the determinants of entrepreneurship. *Finance a Uver*, 64(6), 434.
- Holcombe, R. G. (1998). Entrepreneurship and Economic Growth. *Quarterly journal of Austrian economics*, 1(2), 45-62.
- Mthanti, T. ve Ojah, K. (2017). Entrepreneurial orientation (EO): Measurement and policy implications of entrepreneurship at the macroeconomic level. *Research Policy*, 46(4), 724-739.
- Mundell, R. A. (1965). Growth, stability, and inflationary finance. *Journal of political economy*, 73(2), 97-109.
- Naudé, W. (2011). Entrepreneurship is not a binding constraint on growth and development in the poorest countries. *World development*, 39(1), 33-44.
- Pindyck, R. S. ve Solimano, A. (1993). Economic instability and aggregate investment. *NBER macroeconomics annual*, 8, 259-303.

- Prieger, J. E., Bampoky, C., Blanco, L. R. ve Liu, A. (2016). Economic growth and the optimal level of entrepreneurship. *World development*, 82, 95-109.
- Sargut, A. S. (2003). Kurumsal alanlardaki örgüt yapılarının oluşmasında ve ekonomik işlemlerin yürütülmesinde güvenin rolü. *Sosyal bilimlerde güven*, 1, 89-124.
- Sautet, F. (2013). Local and systemic entrepreneurship: Solving the puzzle of entrepreneurship and economic development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 387-402.
- Schmitz Jr, J. A. (1989). Imitation, entrepreneurship, and long-run growth. *Journal of political economy*, 97(3), 721-739.
- Schumpeter, J. A. (2010). Kapitalizm Sosyalizm ve Demokrasi.(çev. Hasan İlhan). *Ankara: Alter Yayınları*.
- Sidrauski, M. (1967). Rational choice and patterns of growth in a monetary economy. *The American Economic Review*, 534-544.
- Stam, E., Suddle, K., Hessels, J. ve Stel, A. v. (2009). High-growth entrepreneurs, public policies, and economic growth *Public policies for fostering entrepreneurship: A European perspective* (pp. 91-110): Springer.
- Taşkın, A. (2012). İş hukukunda işletme kavramı. *Çalışma ve Toplum*, 1(32), 75-112.
- Tobin, J. (1965). Money and economic growth. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 671-684.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R. ve Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics*, 24, 293-309.

YAZAR BEYANI:

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Mevcut çalışma için mevzuat gereği etik izni alınmaya ihtiyaç yoktur. Bu konuda yazarlar tarafından dergiye “*Etik İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan Formu*” gönderilmiştir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

Yazar, çalışmanın tüm bölümlerine ve aşamalarına tek başına katkıda bulunmuştur.

Kamu Kurumlarında Yetenek Yönetimi: Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Uygulamaları

Talent Management in Public Institutions: Applications Presidency of The Republic of Türkiye Human Resources Office

Abdullah EVİRGEN
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
evirgenabdullah3@gmail.com

Makale Başvuru Tarihi: 14.06.2024
Makale Kabul Tarihi: 30.06.2024
Makale Türü: Araştırma Makalesi

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Yetenek,
Yetenek yönetimi,
İnsan kaynakları yönetimi,
İnsan kaynakları ofisi,
Türk kamu personel yönetimi

Günümüz dünyasında yetenekli çalışanların önemi giderek daha fazla kabul edilmektedir. İnsan kaynakları yönetimi kapsamında gelişen yetenek yönetimi uygulamaları, ilk olarak özel sektörde ilgi görmüş, daha sonra kamu sektöründe de uygulanmaya başlamıştır. Türkiye, çağdaş personel yönetimi uygulamalarını modernize etmek ve uygulamak için ilk yıllarından itibaren adımlar atmıştır, ancak bunların etkinliği konusunda tartışmalar devam etmektedir. Günümüzde kamu sektöründe, insan kaynakları yönetimindeki gelişmeler ve yetenekli bireylerin kamu sektörüne çekilmesi, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte kurulan Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin çalışmalarına da yansımaktadır. Bu sebeple çalışma "neden yetenek yönetimi?" sorusuna cevap aramayı amaçlamaktadır. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi uygulamalarına odaklanarak, başta kamu sektörü personel yönetimi olmak üzere yetenek yönetimi uygulamalarının yeterliliği değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle çalışmada öncelikle kamu kurumlarında yetenek yönetimi ve kavramları incelenecek, ardından Türkiye'de kamu personel yönetimindeki değişimler tartışılacaktır. Son olarak Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin uygulamaları ele alınacaktır.

ABSTRACT

Keywords:

Talent,
Talent management,
Human resources management,
Human resources office,
Turkish public personnel management

In today's world, the importance of talented workers is increasingly recognized. Talent management practices, which have evolved within human resources management, initially gained traction in the private sector and have since been implemented in the public sector as well. Türkiye has taken steps from its early years to modernize and implement contemporary personnel management practices, although debates persist about their effectiveness. Today, developments in public sector human resources management and the attraction of talented individuals to the public sector are reflected in the efforts of the Presidency of The Republic of Türkiye Human Resources Office, established alongside the Presidential Government System. Consequently, the study aims to explore the question "why talent management?" and assess the adequacy of talent management practices, particularly in public sector personnel management, focusing on the practices of the Presidency of The Republic of Türkiye Human Resources Office. Therefore, the study will first examine talent management and its concepts in public institutions, followed by a discussion on changes in Türkiye's public personnel management. Finally, the practices of the Presidency of The Republic of Türkiye Human Resources Office will be discussed.

GİRİŞ

Yetenek ve yetenek yönetimi kavramının günümüzde örgütler açısından kullanılması artık tartışmasız bir hale gelmiştir. Sahip olduğu işgücünden en etkin şekilde yararlanmak isteyen ve gelecekte marka değerini artırarak daha fazla yetenekli çalışmanı kendisine çekebilecek örgütler rakiplerine karşı avantajlı bir konuma gelmektedir. Küreselleşmenin, teknolojik gelişmelerin ve ekonomik değişimlerin etkisiyle, dünyada kamu alanında hizmet sunumu anlayışında ve çalışanlara bakış açısında değişiklikler meydana gelmiştir. Ülkeler kamuda insan kaynağını etkin şekilde kullanmanın yolunu aramakta ve bu yönde projeler gerçekleştirmektedirler.

Türkiye’de kamuda insan kaynağının kullanılması anlayışı yıllar içerisinde farklılıklar göstermiş, ancak etkin bir adımın atılması mümkün olmamıştır. 2000’li yıllardan itibaren AB uyum süreci kapsamında bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Ancak, bunların yeterli olmadığı görülmüş ve yeni reform çalışmaları tartışmaları yapılmıştır. 2018 yılında kurulan Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi, bu noktada atılan en önemli adımlardan birisidir. Çalışmada kurulduğu günden günümüze ofisin uygulamaları ele alınmıştır.

Çalışma kapsamında birinci bölümde yetenek ve yetenek yönetiminin kavramsal açıklamaları yapılmış, yetenek yönetiminin tarihsel gelişimi incelenmiş ve yetenek yönetimine yönelik yaklaşımlar ele alınmıştır. Bu bağlamda yetenek yönetiminde uygulanan süreçler ele alınmıştır.

İkinci bölümde, kamu kurumlarında yetenek yönetimi olgusu incelenmiştir. Türkiye’de kamu personel yönetiminin gelişimi tarihsel olarak ele alınmıştır. Buradan hareketle Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi’nin gerçekleştirmiş olduğu uygulama ve projeler ele alınarak, ofisin yetenekli çalışanları kamu alanına çekme ve geliştirilmesi noktasındaki uygulamaları incelenmiştir. Son olarak sonuç kısmında uygulamaların geçerliliği, yeterliliği ve kamuda gerçekleştirdiği veya gerçekleştirebileceği değişimler tartışılmıştır.

1. Yetenek ve Yetenek Yönetimi

1.1. Yetenek

Yetenek, kelime anlamı olarak Temel Türkçe Sözlüğü’nde şu şekilde tanımlanmaktadır: ‘Yetenek, bir şeyi öğrenmek, herhangi bir işi yapmak, tamamlamak ya da kavramak açısından insanda doğuştan kazanılmış gücü (kabiliyeti) ifade etmektedir’ (Demiray, 1988: 961). Bir diğer tanıma göre; ‘yetenek, bireyin verimli bir şekilde tekrar eden düşünme, hissetme ve davranma duygularını etkin şekilde uygulayabilmesidir. Yetenekler kalıcı ve benzersiz olabilmektedir. (Buchingham & Vosburgh, 2001: 21).

Yetenek kavramının kullanımı ve ihtiyacı tarihsel süreç içerisinde farklılık göstermiştir. Bunun nedeni, her toplumun kendi döneminde farklı beceri ve niteliklere duyduğu ihtiyaçtır. Eski çağlarda, yetenek askeri amaçlar için kullanılmaktadır. 19. yy. itibariyle zekâ ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Günümüzde yetenek bilginin, işe uygulanmasında ortaya çıkan başarı ile ilişkilendirilmektedir (Atlı, 2017: 33).

Çalışma yaşamında yetenek, ‘yüksek potansiyele sahip, yüksek bilgi ve becerisi olan, değişimlerin yönetimini gerçekleştirebilecek, örgüt içinde değer yaratacak ve geliştirecek kişiler için kullanılmaktadır. Çalışma yaşamında yetenek kavramı yetkinlik, potansiyel ve performans kavramları ile bağlantılı olarak ele alınmaktadır. Yetkinlik, ‘mükemmel ulaşma noktasında bilgi, beceri ve tutumların tümünü’ kapsamaktadır. Potansiyel, ‘ortaya çıkmamış

gizil gücü tanımlamaktadır.' Performans ise 'yapılan işin sonucunda oluşan çıktıya göre örgüt ve kişisel hedeflerin gerçekleştirilmesine' odaklanmaktadır (Atlı, 2017: 37).

Yetenek kelime anlamı olarak üç ayrı şekilde tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2016: 44):

- Bireyin bir şeyi anlama veya yapabilme niteliği, kabiliyet, istidat durumu,
- Oluşan durumlara uyma noktasında organizmada bulunan, doğuştan gelen güç, kapasite,
- Kişide kalıtsal olarak bulunan öğrenmesini çevreleyen sınır olarak tanımlanmıştır.

Yetenek, kişinin analiz edebilme, ilişkileri kavrayabilme, çözümlene yapma, sonuca ulaşma gibi zihinsel özellikleri ve bazı olguları gerçekleştirebilmesi özelliklerinin tamamını kavramasını ifade etmektedir (Çayan, 2011: 5).

Yetenek kelimesinin İngilizce karşılığı olarak iki kelime bulunmaktadır. Bunlar; 'Gift' ve 'Talent' kelimeleridir. Gift sözcüğü, 'bireyin herhangi bir eğitim ve öğrenim gerçekleştirilmeden, bireyi belli alanlarda diğerlerinden üstün konuma getiren doğal ve doğuştan gelen özellikleri' ifade etmektedir. Talent ise 'doğal ve doğuştan gelen yeteneğin, eğitim ve uygulama yöntemleri sonucunda, çevresel ve içsel faktörlerin etkisiyle özel bir yeteneğe dönüşmesi, gözlenebilen hüner ve marifet' gibi anlamlara gelmektedir. Gift kelimesi potansiyeli ifade ederken, talent kelimesi performansı ifade etmektedir (Atlı, 2017: 25).

Yeteneğin doğuştan geldiği kabul edilmektedir. Yeteneğin geliştirilebilir ve eğitilebilir olması doğuştan gelme özelliğini değiştirmemektedir. Yeteneğin bazı özellikleri vardır. Bu özellikler; 'gelişim ve değişime açık olmak, çalışanlara rol model olmak, örgüt içerisinde güven sağlanmak, takım olarak çalışabilmek, başarıya istekli olmak, engellerle mücadele etme konusunda açık olmak, yetenekli çalışanları örgüte kazandırabilmektir' (Yavuz & Mesci, 2019: 93-94).

1.2. Yetenek Yönetimi

Yönetim, belirli bazı amaçlara ulaşmak için elde bulunan fiziksel ve ekonomik kaynakların beşerî kaynaklar ile birlikte kullanılmasını ifade etmektedir (Yavuz & Mesci, 2019: 96). Yetenek yönetimi, örgütlerin ellerinde bulunan çalışanları etkin bir şekilde kullanarak amaca ulaşmayı hedeflemektedir.

Yetenek yönetiminin ortaya çıkışı 1970'li yıllara kadar uzanmaktadır. İnsan kaynakları yönetimi açısından yetenek yönetimi kavramı 1997 yılından itibaren ön plana çıkmaya başlamıştır. Etkili bir yetenek yönetiminden bahsedilebilmesi için örgütler, kritik pozisyonları belirlemeli, bu pozisyonlara en uygun adayı bulmak için yetenek havuzları oluşturmalı böylece en uygun adayı örgüte kazandırmalıdır (Atay vd., 2023: 16).

Günümüzde yetenek yönetimi, örgüt ya da kuruluşların verimliliğini artırmak için kullanılan kapsamlı ve bütünleştirici bir süreci ifade etmektedir. Doğru zamanda, doğru yerde, doğru kişinin olmasından emin olunması amaçlanmaktadır (Çelik & Zaim, 2012: 34). Yetenek yönetimi, yeteneği performansa göre yönetmeye odaklanmaktadır. Bu açıdan, yetenek yönetimi yüksek potansiyel barındıran bireyleri, potansiyellerine uygun olarak yüksek performanslı bir kurulaşa doğru yönetmeyi ifade etmektedir. Bireylerin gelişimini ve gelişim sürecini yönetme süreçlerini içermektedir. Örgütlerde yetenek yönetiminin etkin şekilde uygulanması için yöneticiler arasında iş birliği ve iletişim sağlanmalıdır (Yılmaz, 2019: 12-13).

Yetenek yönetiminin gelişiminde etkili olan faktörler; ‘işgücü profilinde, çalışma biçimlerinde ve ekonomide meydana gelen değişimlerin yanı sıra küreselleşme ve teknolojik gelişmeler’ olarak ifade edilmektedir. Bu değişimler şu şekilde özetlenebilir (Topdemir & Satır, 2022: 209-211):

- İşgücüne katılımında demografik değişimler meydana gelmiştir. Kadın ve yaşlıların çalışma yaşamına katıldıkları görülmeye başlanmıştır. Demografik değişimler kuşak çatışmalarını da beraberinde getirmiştir.
- Sözleşmeli çalışan ve serbest çalışan gibi yeni çalışma biçimleri ortaya çıkmıştır. Dijitalleşmenin çalışma hayatını ve çalışma biçimini değiştirdiği görülmüştür.
- Küreselleşme ile ulusal ve uluslararası ekonomilerin birbirine etkisi artmaya başlamıştır. Üretim ve tüketim arası dengesizlikler meydana gelmeye başlamış ve küreselleşmenin ortaya çıkardığı düşük maliyetli üretim, gelir eşitsizliğini ve işsizliği artığı görülmektedir.
- Teknolojik gelişmeler, çalışma hayatında bilginin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Yeni teknolojik ürünlerin kullanılması için bilgi ve becerisi yüksek, yetenekli çalışanlara talep artmıştır.

Çırpan ve Şen, yetenek yönetimini, ‘örgütlerin karşılaşabileceği zorluklarla baş edebilmesi ve hedeflerini gerçekleştirebilmesi için ihtiyacı olan yetenekli çalışanlar ile sahip olduğu yetenekler arasındaki boşluğu sistemli bir şekilde doldurmaya çalışan, merkezine insan kaynağını alan yönetim süreci olarak tanımlamaktadır’ (2009: 110). Yetenek yönetimi süreci ve insan kaynakları yönetimi (İKY) süreci arasındaki en temel fark, yetenek yönetimi merkeze insanı koyarken, insan kaynakları yönetiminin görev odaklı olmasıdır. İnsan kaynakları, beşerî sermaye ölçütlerine odaklanırken, yetenek yönetimi, beşerî sermayenin yanında entelektüel sermayenin, yenilikçiliğin ve yaratıcılığın artırılmasını hedeflemektedir (Dilber, 2022: 69).

Yetenek yönetim modeli olarak Lepak ve Snell (1999) tarafından geliştirilen model sıklıkla kullanılmaktadır. Modele göre işgücü ‘beşerî sermaye’ olarak nitelendirilmekle birlikte, ‘değer’ ve ‘eşsizlik’ kavramlarıyla incelenmektedir. Değer, beşerî sermayenin örgüte kazandırdığı avantajlara vurgu yaparken, eşsizlik ise örgütün sahip olduğu yeteneklerin taklit edilememesini ifade etmektedir (Atay vd., 2023: 17).

Yüksek	4.Bölge	1.Bölge	
Eşsiz			
Düşük	3.Bölge	2.Bölge	
	Düşük	Değer	Yüksek

Şekil 1: İnsan Kaynakları Modeli (Lepak & Snell, 1999: 37; Atay vd., 2023: 18).

1.Bölge, değerli ve örgüt için eşsiz olan insan kaynağını göstermektedir. Örgütler bu bölgede bulunan sahip oldukları yetenekli çalışanları korumaya çalışırlar. Bu bölgede bulunan yeteneklere sahip örgütler bilgi odaklıdır ve çalışanlar değerli bilgiye sahiptirler.

2.Bölge, değeri yüksek ama işgücü piyasasında sıklıkla karşılaşılan yetenekleri göstermektedir.

3.Bölge, Yeri kolayca doldurabilen yetenekleri ifade etmektedir. Bu bölgede yer alan çalışanlar örgüt için stratejik öneme sahip değildir. Hem eşsizlik bakımından hem de değer bakımından düşük seviye olarak ifade edilmektedir.

4.Bölge, örgüt içerisinde değer yaratmayan ancak işgücü piyasasında çok fazla bulunmayan yetenekleri ifade etmektedir. Bu bölgede bulunan yetenekler kurumun rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olmazlar (Atay vd., 2023: 18).

Örgütler, sahip oldukları yetenekli çalışanlarında en verimli şekilde yararlanmak için çalışan ve iş arasındaki uyuma dikkat etmelidir. Yetenek yönetim sürecinde örgütler verimli bir süreç elde edebilmek için (Yavuz & Mesci, 2019: 96) bazı aşamalar uygulamalıdır. Bu aşamalar şu şekilde sıralanabilir (Çırpan & Şen: 2009; Yavuz & Mesci, 2019: 96):

- Stratejilerin ve hedeflerin belirlenmesi,
- Kritik pozisyonların saptanması,
- Yetenek profilinin çıkarılması,
- İhtiyaç duyulan yeteneklerin belirlenmesi,
- Gelişim planlarının hazırlanması ve uygulanması,
- Performans değerlemesi yapılması,
- Durum değerlemesi ve terfi süreci uygulanmalıdır.

1.3. Yetenek Yönetiminin Tarihsel Gelişimi

Personel yönetimi, örgütlerde verimliliğin artırılması, personelin etkin bir konuma getirilmesi ve personelden en iyi şekilde faydalanmayı amaçlayan yönetsel ve örgütsel işlevleri ifade etmektedir. Bu işlevler, 'planlama; tedarik ve işe yerleştirme', 'organizasyon; eğitim ve geliştirme', 'emir-komuta; ücretleme', 'kontrol; motivasyon' olarak ifade edilmektedir (Yılmaz & Erdem, 2022: 377).

Literatüre personel yönetimi kavramı ilk olarak 1950 yılından itibaren girmiştir. Personele yönelik davranışların çalışma yaşamına etkisi üzerinde durulmuştur. 1900'lü yılların başından itibaren personel yönetimi olarak isimlendirilen yaklaşım uygulamaları başlamıştır. 1930'lu yıllara kadar klasik personel yönetimi, 1930 ve 1960 yılları arası neo-klasik dönem ve 1960 ve 1990 yılları arasında personel yönetiminin önemi giderek artmış ve çalışanların ihtiyacı ile örgütün hedefleri arasındaki ilişki incelenmiştir. İncelemeler personel yönetimi kavramının yetersizliğini ortaya koymuş ve insan kaynakları yönetimi sürecine geçişi hızlandırmıştır (Gündoğdu, 2021: 6).

Personel yönetimi anlayışının bakış açısının yetersiz kalması ve çalışan odaklı bir anlayışın gelişmesi ile insan kaynakları yönetimi anlayışı ortaya çıkmıştır. Personel yönetimi ve insan kaynakları yönetimi arasındaki en önemli fark insan faktörüne bakış açısıdır. Dünya genelinde meydana gelen değişim ve gelişmelerin çalışma yaşamına yansımaları sonucu insan kaynağı maliyet olarak değil, örgütün stratejisi, gelişimi ve rekabet avantajı için önemli bir faktör olarak ele alınmaya başlamıştır (Öktan, 2019: 14-15).

1980'li yıllardan itibaren örgütler bakış açılarını değiştirmiş ve nitelikli çalışanlara sahip olmayı en önemli unsur olarak kabul etmeye başlamıştır. Bu değişim insan kaynakları yönetim sürecinin gelişim göstermesi ve örgütler için öncelikli bir unsur olarak ön plana çıkması ile sonuçlanmıştır (Alayoğlu, 2010: 74).

İnsan kaynakları yönetiminde ortaya çıkan ilkeler; 'yansızlık, eşitlik, güvence, liyakat ve kariyerdir.' Bunlara ek olarak açıklık ilkesi, insana saygı ilkesi ve bilimsellik ilkelerinin İKY sürecini etkiledikleri ortaya konmuştur (Yılmaz & Erdem, 2022: 378).

Stratejik insan kaynakları yönetimi ise insan kaynakları yönetiminin, stratejik planlama süreciyle bütünleşmesini ifade etmektedir (Öktan, 2019: 15). 1990'lı yıllarla birlikte küreselleşmenin ve bilişim alanında ortaya çıkan gelişimlerin bir sonucu olarak insan kaynaklarının yeni uygulamalar arayışı sonucu ortaya çıkmıştır (Alayoğlu, 2010: 74). Bu arayışın bir diğer sonucu olarak yetkinliğe dayalı insan kaynakları yönetimi anlayışı ortaya çıkmıştır. Çalışanı koruyan, ayrımcılığa izin vermeyen ve işten çıkarmayı zorlaştıran kanunların getirilmesiyle birlikte, çalışanlardaki yetkinliğin ön plana geçtiği bir süreç başlamıştır (Öktan, 2019: 16).

İnsan kaynakları yönetiminin gelişiminin son aşaması olarak yetenek yönetimi anlayışı ortaya çıkmıştır. Yetenek Yönetiminin ortaya çıkış sürecinde McKinsey danışmanlık şirketinin ABD'de yaptığı araştırmalar sonucunda 'yetenek savaşları' kavramının ortaya atılması önemli noktalardan biri olmuştur. Araştırma 77 şirketin 6000 çalışanıyla anket yoluyla, 20 şirketten ise örneklem yoluyla yapılmıştır. Şirketlerin yetenekli çalışanları örgüte kazandırma ve elde tutma sürecinde sorunlar yaşadığı ortaya konmuştur. Rekabet açısından en hazırlıklı olarak görünen şirketlerin yetenekli çalışan konusunda yetersiz oldukları görülmüştür (Öktan, 2019: 19; Atay vd., 2023: 15).

Yetenek yönetimine geçiş sürecinde küreselleşme, rekabet, demografik değişimler ve entelektüel sermayenin etkisi etkili olmuştur (Öktan, 2019: 20). Bunlara ek olarak toplam kalite yönetimi, çalışanı güçlendirme, öğrenen örgüt, öz yeterlilik ve dış kaynaklardan etkilenme tekniklerinin sürece etkileri yüksek olmuştur (Atlı, 2017: 16).

1.4. Yetenek Yönetimine Yönelik Yaklaşımlar

Yetenek yönetim sürecinin kuruluşlar tarafından farklı yaklaşımlarla ele alındığı görülmektedir. Bu bağlamda, yetenek yönetim yaklaşımları, Bolander vd. (2017) tarafından yapılan çalışma kapsamında ele alınacaktır. Bolander vd. (2017), çalışmalarında dört yaklaşımda yetenek yönetim sürecini ele almıştır. Bu yaklaşımlar; hümanist yaklaşım, rekabetçi yaklaşım, seçkinci yaklaşım ve girişimci yaklaşımdır.

1.4.1. Hümanist Yaklaşım

Hümanist yaklaşımı benimseyen örgütler, tüm çalışanlarını yetenek olarak görmektedir. Örgütler, çalışanların ne kadar iyi çalıştığından çok, nasıl gelişmek istediğine ve nasıl çalışmaktan zevk alacağına daha fazla önem vermektedir. Söz konusu örgütlerde, yıllık olarak çalışanların yetenek incelemeleri yapılır. Değerlendirmeler aşamasında belirli kriterlere değil bütünsel bir yetenek anlayışına odaklanılır. Hümanist yaklaşım içerisinde yetenek geliştirme temel uygulama aracıdır. Her çalışanın ayrı bir önemi vardır ve geliştirme süreci tüm çalışanlara odaklı şekilde gerçekleşir. Bu yaklaşımı benimseyen örgütler kendilerini rakiplerinden farklı olarak

görürler ve tüm çalışanlar için gelişim fırsatlarına odaklanırlar. Rekabetçi maaş politikası yerine makul çalışma saatleri ve iş-yaşam dengesini gerçekleştirmeyi amaç edinirler (Bolander vd., 2017: 1530-1531).

Hümanist yaklaşımı benimseyen örgütler, yetenek geliştirme sürecini desteklemekte ve tüm çalışanlara uygulamaktadır. Örgütler, kapsayıcılık kültürüne sahiptir. Bu örgütler içerisinde yeteneklere hem girdi hem çıktı olarak bakılmaktadır (Atay vd., 2023: 19).

1.4.2. Rekabetçi Yaklaşım

Rekabetçi yetenek yönetim sürecine sahip örgütler, herhangi bir çalışan grubunda her zaman için az sayıda çalışan bulundurmaktadırlar. Çalışanların, örgüt içerisinde belirli bir seviyeye ulaşmak için doğuştan gelen bir özelliği bulunmaktadır. Yetenek geliştirme süreci, örgütü en üst noktaya getirecek az sayıda kişiye odaklanmaktadır (Bolander vd., 2017: 1532).

Rekabetçi yaklaşımı benimseyen örgütler yetenek kazanmaktan ziyade, yetenek satın almaya odaklıdır. Bu örgütler içerisinde kariyer yolları açık olarak tanımlanmıştır. Yetenek programları, yetenekli çalışanların kendini değerli hissetmesini sağlamak ve hızlı bir gelişim süreci içerisinde yeteneği geliştirmeye odaklıdır (Bolander vd., 2017: 1532).

Bir grup çalışanın yeteneğine odaklanan rekabetçi yaklaşım, yıldız olarak görülen yetenekleri örgüte çekmeyi amaçlamaktadır. Çalışanlar, yeteneklerinin örgüt için değerli olduğunun farkındadırlar. Yetenek geliştirme süreçleri örgütsel bağlılık ve sadakat geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu yaklaşımı benimseyen örgütler için yetenek çıktı olarak ele alınmaktadır (Atay vd., 2023: 19).

1.4.3. Elitist (Seçkinci) Yaklaşım

Elitist yaklaşımı benimseyen örgütlerde amaç en yetenekli kimselerin işe alınmasıdır. İşe alım süreci, yüksek derecede seçici bir süreçtir. Yetenekleri doğuştan gelen özelliklerin ortaya çıkışı olarak görürler. Bu yaklaşımda örgütlerin en önemli aşaması işe alım sürecidir. En iyinin en iyisini örgüte çekmek ve seçebilmek için çok zaman harcarlar (Bolander vd., 2017: 1533).

Elitist yaklaşımda marka değeri çok önemlidir. Yetenekli öğrencileri örgüte çekmek için faaliyetler düzenlerler ve öğrencilerle ilişki kurarak en yeteneklileri örgüte dahil etmeyi amaçlarlar. Yetenekleri elde tutmak için farklı stratejiler uygularlar, en önemli stratejileri çalışanın, örgüte ortak olma noktasına kadar ilerleme imkânı sunulması ve performansa dayalı olarak verilen ikramiyelerdir (Bolander vd., 2017: 1534). Güçlü bir işveren markasını ön plana çıkaran elitist yaklaşım içerisinde yetenekler hem girdi hem çıktı olarak görülmektedir (Atay vd., 2023: 19).

1.4.4. Girişimci Yaklaşım

Girişimci yaklaşımı benimseyen örgütler kendilerini kanıtlamaları için çalışanlarına imkân vermektedirler. Tüm çalışanlarını yetenekli olmadığı görüşüne sahiptirler. Ancak, yeterli olanağın verilmesiyle birlikte yetenek potansiyelinin ortaya çıkacağını kabul etmektedirler. Bu yaklaşımı benimseyen örgütler sonuç odaklıdırlar. Bireylerin deneyim kazandıkça daha yetenekli olacağı inancı vardır (Bolander vd., 2017: 1534).

Girişimci yaklaşım, yeteneklerini ortaya çıkarmaları için çalışanlarına imkân vererek, yeteneklerini gösterme olanağı vermektedir. Çalışanlara fırsatlar verilir ve performans olarak en iyiye odaklanmaları ve en iyi performansını ortaya çıkarmaları beklenir. Yeteneklerin dışarıdan değil kurum içinden geliştirilmesine odaklanmaktadır (Atay vd., 2023: 19).

2. Yetenek Yönetimi Süreçleri

Yetenek yönetiminin standartlaşmış bir süreç olduğunu söylemek mümkün değildir. Genel olarak örgütler ‘planlama, örgüte çekme, örgüte kazandırma, performans değerlendirme ve yetenekleri elde tutma’ aşamalarını uygulamaktadırlar. Yetenek yönetim sürecinin sonunda başarıya ulaşmak isteyen örgütler, en üst kademededen başlayarak en alt kademeye kadar tüm çalışanlar tarafından süreci sahiplenmelidir (Öztırak & Bayram, 2023: 149).

Planlama, yetenek yönetimi sürecinin en başında gelmektedir. Bu aşamada örgütler ihtiyaç duydukları insan kaynağını ve hangi nitelikleri gerektirdiği üzerinde durmaktadırlar. Küreselleşme ve dijitalleşmenin artması, yeni yeteneklere ihtiyacı artırmış planlama sürecini etkilemiştir (Atay vd., 2023: 21). Planlama süreci sadece ihtiyaç duyulan yetenekleri belirlemek için değil, işe alınan insanların kurumda geliştirilmesi ve elde tutma sürecinin nasıl olması gerektiğini de kapsamaktadır.

Örgüte çekme ve örgüte kazandırma yüksek potansiyele sahip olan, gelecek vadeden, yenilikçi ve yetenekli kimselerin örgüte kazandırılması yetenek yönetim süreci açısından önemli bir durumdur (Çelik & Zaim, 2012: 34). İşveren markası, örgütün çalışana verdiği değer, örgüte çekme aşamasında önemli faktörlerdir. Örgüte çekilen yeteneklerin, örgüte kazandırılması, örgüt için başarılı bir süreci ifade etmektedir (Atay vd., 2023: 22).

Geliştirme aşaması, yeteneklerin desteklenmesi ve gelişme imkanının verilmesini ifade etmektedir. Örgütler işe aldıkları çalışanların gelişimine yönelik destekler vererek hem kendilerine hem çalışanlarına yatırım yapmaktadırlar. Çalışanlarına gelişme fırsatı vermeyen örgütler, çalışanları elde tutma noktasında zorlanma ile karşı karşıya geleceklerdir (Utangaç, 2021: 36). Günümüzde çalışanların kendilerini ve yeteneklerini geliştirebildikleri uygun çalışma ortamını sunan örgütleri tercih ettikleri görülmektedir. Yedekleme ve lider geliştirme programları, koçluk, mentorluk, elektronik öğrenme, işe alıştırma ve üniversitelerin geliştirme programları örnek olarak verilebilir (Atlı, 2017: 126-135).

Performans değerlendirme sürecinde örgüte kazandırılan yeteneklerin başarılı bir yetenek yönetim süreci için performans değerlemeleri yapılmaktadır. Bu aşamada elde edilen veriler ile örgütler, yeteneklerin gelişimi ve stratejik planlamalar noktasında etkili olmaktadır (Atay vd., 2023: 23). Yeteneklerin değerlendirilmesi geliştirme sürecinden geçen çalışana yönelik yapılan yatırımın etkilerinin görüldüğü ve eksikliklerinin ortaya çıkarıldığı bir süreçtir (Alayoğlu, 2010: 82).

Bir örgüt en yetenekli çalışanları içerisine dahil ettikten ve rakiplerine karşı yetenek avantajını elde ettikten sonra bu avantajını korumalı, yetenekli çalışanlarını elde tutmaya ve bağlılıklarını artırmaya yönelik stratejiler geliştirmelidir (Atlı, 2017: 137). Elde tutma aşaması örgütlerin en çok zorlandığı aşama olarak görülmektedir. Yeteneklerin örgütlerden ayrılmasının engellenmesi için çalışanlara gelişim imkanları, uygun çalışma ortamı ve motivasyon artırıcı imkanlar sunulmaktadır (Atay vd., 2023: 23). Yetenekli çalışanların örgüt için önemli

olduklarının hissettirilmesi için gösterdikleri performans ve katkılara karşılık olarak terfi, ücret artışı ve ödüllendirme gibi uygulamalar yapılmaktadır (Alayoğlu, 2010: 82-83).

3. Kamu Kurumlarında Yetenek Yönetimi ve Gelişimi

1980'li yıllardan itibaren kamu yönetimi süreçlerinde ortaya çıkan sorunların çözümü için özel sektör uygulamalarının kamu yönetiminde kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Yeni kamu işletmeciliği olarak adlandırılan bu yönetim anlayışı geleneksel kamu yönetimi içerisinde, kamu personel yönetimi olarak ifade edilen süreci insan kaynakları yönetimi içerisinde ele almaktadır. Söz konusu değişimin temel nedeni, küreselleşmenin etkileriyle beraber insan kaynağına bakış açısında meydana gelen değişikliklerin etkili olduğu görülmektedir (Özdemiray & Gün, 2024: 345).

Yeni kamu işletmeciliği anlayışı, örgütlerin kavramlarını ve prensiplerini uygulamayı amaçlamıştır. Kamu personel yönetimi anlayışından insan kaynakları yönetimi anlayışına geçilmiştir. İnsanı bütüncül olarak ele alan geleneksel yaklaşımın yeni kamu yönetimi içerisinde yeterli olmaması sebebiyle, insan kaynakları yönetimi içerisinde yetenek yönetimi anlayışı ortaya çıkmıştır (Gün, 2023: 22).

Kamu kurumlarında yaşanan kayırmacılık ve liyakatsizliğin bir sonucu olarak yozlaşmaların meydana geldiği ve buna bir çözüm olarak yetenek yönetimi uygulamalarının faydalı olacağını ifade eden çalışmalar bulunmaktadır. Çalık ve Naktiyok (2018), çalışmalarında kayırmacılığın önüne geçebilmek için işe alım süreçlerinin adil ve şeffaf olarak yürütülmesi gerekliliği üzerinde durmuştur. Gün (2023), yaptığı çalışmasında kamu kurumlarında nepotizme karşı yetenek yönetimi uygulamalarının çözüm olarak kullanılabilmesi sonucuna ulaşmıştır. Yıldırım (2013), nepotizme karşı liyakat ilkesi üzerinde durmuş ve kamu kurumlarının personel sistemlerinde meydana gelebilecek kayırmacılık sorununa karşı Liyakat İlkesi Koruma Kurulu'nun kurulması önerisinde bulunmuştur. Turan, vd. (2019), kayırmacılık ve yozlaşmaya karşı olarak yetenek yönetimi uygulamaları üzerinde durmuşlar ve yetenek yönetiminin kamu hizmetlerinde etkinliği, verimliliği ve sürekliliği artıracığı sonucuna ulaşmışlardır.

Kamu sektöründe yozlaşmanın önüne geçebilmek için çeşitli öneriler bulunmaktadır. Bunlar şu şekildedir (Turan vd., 2019: 297-303):

- Çalışanların yetenekleri ve yetenek tespiti alanında bilgi edindirilmesi ve iş stratejilerinin birbirlerine bağımlı hale getirilmesi,
- İhtiyaç duyulan doğru yeteneklerin tespiti için insan sermayesi planlama yaklaşımının uygulanması,
- Çalışanların kariyer odaklarının geliştirilmesi ve iş içi eğitimlerin sağlanması,
- Yerel yetenekleri geliştirmek ve yabancı yetenekleri ülkeye çekmek için politikalar geliştirilmesi,
- Kamu sektörü içerisinde nepotizme kesinlikle müsaade edilmemesi,
- Kilit pozisyonlara liyakatlı kimselerin yerleştirilmesi.

Başarılı olmak isteyen örgütler, tavsiye edilen uygulamalar doğrultusunda yetenekleri yönetmeyi ve geliştirmeyi bilmelidir (Turan vd., 2019: 297-303).

Türk kamu personel yönetiminin tarihsel olarak gelişim süreci dört dönem olarak ele alınmaktadır. Bunlar; arayış dönemi olarak kabul edilen 1923-1960 arası dönem, kurumsallaşma dönemi olarak kabul edilen 1960-1980 arası

dönem, değişimin başlangıç dönemi olarak kabul edilen ve yeni kamu yönetimi ile insan kaynakları yöntemi kapsamında dönüşümlerin gerçekleşmesi ve son olarak parçalı uygulama dönemi olarak kabul edilen 2000 sonrası dönem olarak ifade edilmektedir (Acar, 2019: 120). 2017 yılında yapılan referandum ile Türkiye, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçiş yapmış ve yeni sistemle birlikte Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi kurulmuştur ve kamu personel yönetiminde önemli değişiklikler meydana gelmiştir.

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren kamu personel yönetimi Türkiye'nin önemli kabul edilen bir konusu olmuştur. Nasıl daha iyi ve daha ideal bir kamu yönetim süreci işletilebilir? sorusuna cevap aranmıştır (Acar, 2019: 123). 1924 Anayasası memuru hükümetin bir görevlisi olarak ifade etmiştir (Bayansar, 2024: 39). 23. Maddede memuriyet ile milletvekilliğinin farklı olduğu ifade edilmiştir. 93. Maddesinde ise bütün memurların hakları, nitelikleri, maaş ve atamaları, işten çıkarma ve terfileri düzenlenmiştir. 1926 yılında getirilen 'Memurin Kanunu' ile birlikte memurların hizmet şartları ve aylıkları düzenlenmiştir. (Eroğlu, 2016: 183). Türk kamu personel yönetimi açısından 1929 yılından itibaren gelişen süreç reform çalışmalarının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. 1929 yılında çıkarılan 'Maaşların Birleştirilmesi ve Denkleştirilmesi Hakkındaki Kanunlar' bu dönemde atılan önemli adımlardan biridir. Bu kanunlar ile Türk kamu personel yönetimine 'Barem sistemi' getirilmiştir. Barem sistemi, memurların maaşlarının miktar ve derecelerini gösteren bir çizelgedir. Bu sistem ile memurlar kendi içerisinde kategorilere ayrılmıştır (Bayansar, 2024: 39-40). 1933-1934 yıllarında yabancı uzmanlar tarafından yapılan araştırmalar sonucunda memurların bilgi ve donanımının yetersiz olduğu, çalışma ortamının uygun olmadığı, memur sayısının fazla olduğu, çalışanların uzman olmadıkları alanlarda istihdam edildikleri ve zamanın gerisinde kalan yönetim uygulamalarının kullanıldığı raporlanmıştır (Eroğlu, 2016: 184).

27 Mayıs 1960 darbesinden sonra 1961 yılında yeni anayasa yapılmış ve planlı kalkınma dönemi uygulamalarıyla kamu personel yönetimine bakış açısında farklılıklar meydana gelmiştir. 61 Anayasası 117, 118 ve 199. maddelerinde memurlukla ilgili genel kurallar, işe alım ve memurlara siyaset yasağı ile ilgili düzenlemeler yapmıştır. 24 Anayasası'ndan farklı olarak daha çok ayrıntıya yer verilmiş ve memurun teminatı anayasal düzeyde korunmaya alınmıştır (Bayansar, 2024: 41).

Kurumsallaşmanın başladığı yıllar olarak kabul edilen 1960 sonrası dönemde, önceki dönemde yabancı uzmanların hazırladığı raporların ve Cumhuriyetin yetiştirdiği kadroların etkileri görülmüştür (Acar, 2019: 128). Yabancı uzman raporlarında merkezi bir kamu personel örgütü kurulması tavsiye edilmiştir. Merkezi örgüt kurma girişimi olarak 1956 yılında kamu personel kanun tasarısı hazırlanmış ancak uygulamaya geçememiştir. Bu amaçla 1960 darbesi sonrası 'Devlet Planlama Dairesi' (DPD) kurulmuştur (Acar, 2021: 1029).

Devlet Planlama Dairesi'nin kurulmasıyla ilgili tasarıda amacının 'iş ve ücret uygunluğunun saptanması, memur maaşlarının yaşamın gerçeklerine göre hesaplanması, piyasa şartlarına göre maaşlarda güncelleme yapılması ve kurumların harcamalarının dengesinin sağlanması' olduğu belirtilmiştir (Bayansar, 2024: 42).

Bu dönemde atılan en önemli adımların biriside 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu'nun yürürlüğe girmesi olmuştur. Hâkim ve savcılar ile askeri personel kanun dışında bırakılmıştır. İlk beş yıl eleştirilerden dolayı uygulama imkânı bulunamayan kanun 1972 yılında çıkarılan Kanun Hükmünde Kararname ile bazı değişiklikler

ile yürürlüğe konulmuştur. Takip eden süreçte Kanun Hükmünde Kararnameler ile sürekli değişikliklere uğrayan 657 sayılı Kanun, özgün halini yitirmiştir (Acar, 2019: 128-129).

Bu dönemde kurulan kurumlardan bir diğeri 'Devlet Planlama Teşkilatı' (DPT) olmuştur. Devlet Planlama Teşkilatı tarafından beş yıllık kalkınma planları hazırlanmıştır. Kalkınma planları içerisinde kamu personel yönetimiyle ilgili sorunlara ve çözüm önerilerine büyük önem verilmiştir (Acar, 2019: 129).

1971 yılında üye sayısını sınırlı tutan, şeffaf paylaşımcılık, doğruluk, sürekli ve düzenli katılım ilkeleriyle Personel Yöneticileri Derneği kurulmuştur. Dernek personel yönetimiyle ilgili kurulan ilk mesleki örgüttür. Personel yönetimiyle ilgili dünyada yaşanan gelişmeleri takip etmekte ve Türkiye'de uygulanabilirliği üzerinde çalışmalar yapmıştır (Eroğlu, 2016: 188).

1960 darbesi sonrası yeni anayasa, siyasi gelişmeler ve idari reform çalışmaları gibi etkenler ile siyaset – yönetim ilişkisinde bürokrasinin yeri belirlenmeye başlanmıştır. 1970 yılından itibaren yaşanan 10 yıllık koalisyonlar döneminde iktidar partileri, kamu personel atamalarında liyakat ve yetkinlik ilkelerini göz ardı etmeye başlamışlardır. Kamu personel sisteminde yaşanan bu gelişme ile iktidar partileri aralarında bürokratik konuları paylaşmışlar ve kendilerini destekleyen kimselere öncelik vermişlerdir. Hükümet değişimleri beraberinde Devlet Personel Dairesi'nin Başkanı'nın, üyelerinin ve Genel Sekreterinin değiştirilmesini getirmiştir (Bayansar, 2024: 43-44).

1980 yılında meydana gelen askeri darbe ile Türk idari yapısında bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Darbe sonrası Bülent Ulusu Başbakanlığında kurulan hükümet Türk idari yapısının dünyada meydana gelen değişim ve gelişimlere ayak uydurmadığını ve memur sayısının fazla olduğunu gerekçe göstererek değişim ihtiyacını gündeme getirmiştir (Bayansar, 2024: 44). Turgut Özal tarafından kurulan Anavatan Partisinin (ANAP) 1983 yılında iktidara gelmesinden itibaren kamu personel politikaları parçalı olarak devam etmiştir. Geleneksel personel yönetim anlayışının yerine insan kaynakları yönetimi anlayışının gelmesi gerekliliği konuları bu dönemde tartışılmaya başlamıştır (Acar, 2019: 130).

Dünyada etkisini gösteren yeni kamu yönetimi anlayışının Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren uygulanmaya başlandığı görülmektedir. Yeni kamu yönetimi anlayışının etkileri kamu personel yönetiminde de etkili olmuştur. Geleneksel personel yönetimi, yerini profesyonel personel yönetimi ve insan kaynakları yönetimine bırakmıştır. Bu değişiklikler ile birlikte kamu personel yönetiminde 'sürekli yenilik, uyum ve etkinlik ilkeleri' üzerinde durulmuştur. Yeni kamu yönetimi anlayışıyla birlikte personelin istihdamı ve ücretlendirmelerinde farklılıklar meydana gelmiş ve iş güvencesinde esnemeler meydana gelmiştir (Eroğlu, 2010: 229-231).

Bu dönemde, neo-liberal politikalar kapsamında özellikle devletin küçültülmesi ve özelleştirme uygulamaları söylemlerde oldukça fazla yer almıştır. Ayrıca, bürokrasi kırtasiyecilik olarak ele alınmış, merkeziyetçilik, hantallık, rüşvet, yolsuzluk, kayırmacılık ve tutuculuk gibi sorunların çözümüne kavuşturulacağı o dönem iktidarı tarafından dile getirilmiştir. Ancak, bu dönemde kamu personel sayısında azalış beklenirken, tam aksine personel sayısında artış olduğu gözlenmiştir. (Bayansar, 2024: 44). Ayrıca, bu dönemde Devlet Personel Dairesi, Devlet Personel Başkanlığına dönüştürülmüştür. Kamu personellerinin ücret düzenlemeleri yapılmış ve devlet kadroları kanuna bağlanmıştır. Kadro tespit ve taleplerinin belirlenmesi için iş analizi ve ölçüm çalışmaları uygulanmaya

başlanmıştır. Kamu personel politikaları açısından em önemli dönüm noktalarından biriside 1999 yılında getirilen merkezi sınav (DMS) ile işe alım politikası olmuştur (Acar, 2019: 130).

Bu dönemde Kamu Yönetimi Araştırma Raporu (KAYA) ile birlikte kamu yönetiminde mevcut olan sorunlar ele alınmıştır. KAYA raporuna göre, DPB'nin işlevsizliği, personel sınıflandırması, istihdam, iş analizi, yükselme, ücretlerde oluşan reel azalma, performans ölçümünün olmaması, hizmet içi eğitimin yetersizliği gibi kamu yönetimindeki sorunlar ele alınmıştır. Ancak, söz konusu çalışma beklenen etkiyi gösterememiştir (Acar, 2019: 131). 1980 ve 2000 yılları arasında Türk kamu yönetiminde norm kadro çalışmaları ve merkezi sınav gibi adımlar atılmış olsa da gelişim, değişim ve dönüşümün yaşanmadığı görülmektedir. Neoliberal politik adımlar kapsamında birçok değişim yaşanmış fakat planlanan reform çalışmaları gerçekleştirilememiştir (Bayansar, 2024: 46).

2000'li yıllardan itibaren yeni kamu yönetimi anlayışının etkileri görülmeye devam etmiştir. Kamuda insan kaynakları yönetiminden ilk defa söz edilmesi 2003 yılında hazırlanan ancak yasallaşmayan Kamu Yönetimi Temel Kanun Tasarısı içerisinde olmuştur. Tasarıda norm kadro uygulamaları, hizmet içi eğitim, performans odaklılık, esnek çalışma modelleri, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması ve katılımcılığın uygulanabilmesi için şeffaf, etkin, verimli, katılımcı ve hesap verebilir bir personel yönetimi üzerinde durulmuştur (Eroğlu, 2010: 231).

2000'li yılların başından itibaren AB uyum süreci kapsamında birçok alanda demokrasi ve insan hakları yönünden hukuksal düzenlemeler yapılmıştır. İş Güvencesi Kanunu çıkarılmış, İş Kanunu değiştirilmiştir. İnsan Kaynakları uygulamaları olan personel seçme, işe alma, eğitim, kariyer gibi konular bu dönemden itibaren çalışmaların odak noktası haline gelmiştir (Eroğlu, 2016: 190).

Bu dönem değişen uygulamalardan bir diğeri istihdam biçimleri alanında olmuştur. Tek tip istihdam biçimi yerini parçalı istihdama bırakmıştır. Kamu personelinin yerine getirdiği görevlerden bazıları özel sektör aracılığıyla görülmeye başlamıştır. Kamu bürokrasinin katı hiyerarşisi yeni politikalar ile piyasa odaklı, yatay bir yapıda örgütlenmiş ve hizmet alan vatandaşın müşteri olarak görüldüğü bir anlayış üzerinde çalışmalar yapılmıştır (Bayansar, 2024: 47).

2011 yılında Devlet Planlama Teşkilatı kapatılarak görevleri yeni kurulan Kalkınma Bakanlığına devredilmiştir. 2014-2018 Onuncu Kalkınma Planı, Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanmış ve 'Kamuda İnsan Kaynakları' başlığı altında kamu personeline ilişkin atılacak yeni adımlar üzerinde durulmuştur. Liyakat, eşitlik ve tarafsızlık ilkelerinin uygulanması hedeflenmiştir. (Bayansar, 2024: 49).

2017 yılında gerçekleştirilen Anayasa Değişikliği ile birlikte 2018 yılı Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimlerden itibaren Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi fiilen uygulanmaya başlanmıştır. Yeni rejim kamu yönetimi alanında yeni örgütlenmeleri beraberinde getirmiştir (Bayansar, 2024: 49). Yeni sistemle birlikte Devlet Personel Başkanlığı kapatılmış ve görevleri yeni kurulan Çalışma Genel Müdürlüğü, Cumhurbaşkanlığı Personel Prensipler Genel Müdürlüğü ile Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynaklar Ofisi'ne (CBİKO) devredilmiştir (Acar, 2021: 1030).

1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, İnsan Kaynakları Ofisinin görevlerini řu şekilde sıralamıştır (1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi):

- Türkiye'nin insan kaynakları envanterinin çıkarılması ve ihtiyaç duyulan alanlarda yetenek gelişimin sağlanması,
- Türkiye'nin vizyonu, hedefleri ve öncelikleri doğrultusunda insan kaynağının geliştirilmesi sağlamaya yönelik projeler üretmek,
- Özel yeteneklerin keşfini sağlamak ve yetenek yönetimi projelerini yürütmek,
- Politika kurullarının öncelediğı alanlarda küresel düzeyde insan kaynağının tespitini yaparak milli projelere kazandırılmasını sağlamak,
- Kamuda kariyer yönetimi, performans yönetimi ve diğeri modern insan kaynağı yönetim uygulamalarının hayata geçirilmesi,
- Kamu istihdamında liyakat ve yetkinliğin artırılmasına yönelik projeleri üretmek ve çalışmalar yapma.

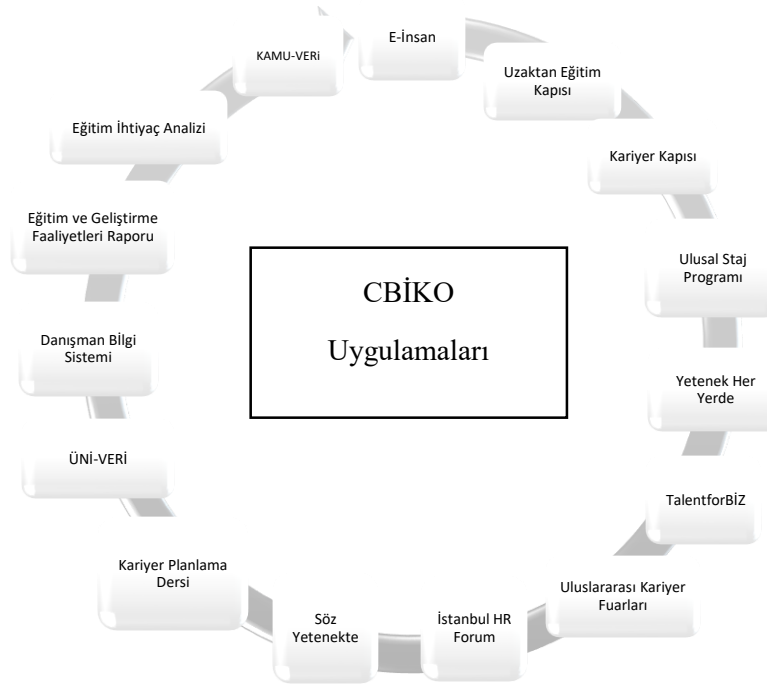
Bu görevlerin uygulanması kapsamında 'İnsan Kaynağı ve Kariyer Planlama Dairesi Başkanlığı', 'Yetenek Kazanımı ve Organizasyon Dairesi Başkanlığı', 'Ölçme ve Değerleme Dairesi Başkanlığı', 'İnsan Kaynağı Eğitim ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı', 'Projeler ve Bilişim Teknolojileri Başkanlığı', 'Yönetim Hizmetleri Dairesi Başkanlığı' ve 'Hukuk Müşavirliği' kurulmuştur (1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi).

Ofis tipi veya kurul tipi yönetimlerin ilk çıktığı ülke Amerika Birleşik Devletleridir. Gürel (2023) tarafından yapılan çalışmada Amerikan idari teşkilatında bulunan İnsan Kaynakları Çözüm Ofisi'nin, Türkiye'de kurulan İnsan Kaynakları Ofisi'ne örnek olup olmadığı noktasını ele almıştır. Görevi; 'hükümetin kamusal sektörde işgücünü doğru ve verimli şekilde kullanması için stratejiler geliştirmek' olan Amerika İnsan Kaynakları Dairesi'nin (OPM-HRS) Türkiye'ye örnek teşkil ettiğini söylemektedir. Her iki kurumunda işletmecici mantıkla kurulduğu, politika uygulayıcısı değil danışma niteliği taşıdığı çıkarımına ulaşmıştır. Her iki ofiste alt hizmet birimleri bulunmakta ve bu birimlerin yaptıkları işler benzerlik göstermektedir. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi başkanı Cumhurbaşkanınca atanmakta ve Cumhurbaşkanına karşı sorumlu konumdadır. ABD'de ise hükümetten bağımsız bir kuruluş olan ofisin başkanı Amerika başkanı tarafından atanmakta ve Senato tarafından onaylanması gereklidir (Gürel, 2023: 85-90)

İnsan Kaynakları ofisi 2019 yılı itibariyle 'Yetenek Her Yerde Bölgesel Kariyer Fuarları' ile çalışmalarını başlatmıştır. İlerleyen süreçte 'TalentforBİZ', ÜNİ-VERİ, gibi uygulamalar başlatılmıştır (Bayansar, 2024: 51). Çalışmanın devamında kurulduğu günden günümüze kadar bir sürü proje gerçekleştiren Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin uygulamaları ele alınacaktır.

4. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Uygulamaları

CBİKO yurt içi ve yurt dışında bulunan yeteneklerin keşfedilmesi, ülkeye çekilmesi noktalarında çeşitli projeler gerçekleştirmiştir. Bununla beraber kamu personelinin gelişimi ve eğitimi, kamuda istihdamın sağlanması için önemli kurumlardan biri haline gelmiştir. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin gerçekleştirdiği projeler ve uygulamaların incelemesi bu başlık altında yapılacaktır.



4.1.1. E-İnsan

E-İnsan, 'CBİKO tarafından geliştirilen Kariyer Kapısı, Uzaktan Eğitim Kapısı, Yetenek Kapısı ve YTNK TV gibi araçlarla birlikte kamuda çalışma hayatıyla ilgili işlem ve verilerin paylaşıldığı dijital hizmet noktası' olarak açıklanmaktadır. E-İnsan tarafından sunulan hizmetler kamu ve özel sektörde bulunan iş/staj imkanları, sertifikalı eğitimler, kariyer fuarlarına, etkinliklere ve birçok eğitici içeriğe tek noktadan ulaşmayı sağlamaktadır. Platformun amacı; 'Tek bir noktada birleştirilen insanı ve teknoloji odağına alan, fırsat eşitliği sağlamaya yönelik, erişebilirliği yüksek olan şeffaf hizmetler ile kişilerin istihdam edilebilirliğini artırmak ve gelişimlerini desteklemek' olarak ifade edilmiştir. E-İnsan projesi, öğrenciliği devam eden ve yeni mezun olan gençler ile kamu çalışanları başta olmak üzere tüm vatandaşların hizmetine sunulmuştur (CBİKO, 2024).

4.1.2. Uzaktan Eğitim Kapısı

Kamu personelinin ihtiyaçlarına cevap verebilecek bilgi, beceri ve yetkinlikler ile donatılması için tüm kamu kurumlarının hizmetine açık olan yerli ve milli dijital eğitim platformu olarak kurulmuştur. Türkiye'nin dijitalleştirilmesi çalışmaları ekseninde hazırlanan platform personelin eğitiminde fırsat eşitliğinin sağlanması, insan kaynağı verimliliğinin artırılması ve eğitim ve geliştirme uygulamalarının kalitesini artırmayı hedeflemektedir. Platform sayesinde tüm kamu kurumları, personelinin mesleki ve kişisel gelişiminin sağlanması için hazırladıkları eğitimleri video, canlı sınıf, sunu veya webinar gibi çevrimiçi yöntemleri kullanarak çalışanlarına sunabilmektedir. Platform içerisinde ölçme ve değerlendirme sistemi ve raporlama sistemi gibi ölçekler kullanılarak eğitimlerin takip edilmesi ve sonuçlarının verilerle incelenmesi olanakları sunulmaktadır. Eğitimlere katılacak çalışanların istedikleri zaman erişim imkânı bulunmaktadır. Platformu Cumhurbaşkanlığı teşkilatı, 17

Bakanlık, 10 Bakanlık ve bunlarla ilişkili veya koordine olan tüm kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra üniversiteler ve yerel yönetimler kullanabilmektedirler (CBİKO, 2024).

4.1.3. Kariyer Kapısı

Kariyer Kapısı İşe Alım Platformu, ‘kamu kurumlarında bulunan kariyer olanaklarının şeffaf olarak paylaşılmasını sağlayan ve kamu kurumlarının personel alırken başvurudan yerleştirmeye tüm işe alım ve yerleştirme süreçlerini yürüttükleri çevrim içi platformdur.’ Kamuda istihdam sürecinin e-Devlet ile bütünleşik tek bir platformdan sağlanması ile adayların başvuru yapmaları ve kurumların başvuruları kontrol etme aşamasını kolaylaştırmıştır. Kurumların iş yükünün azaltılması ve insanlar tarafından yapılacak hataların engellemesi sağlanmak hedeflenmektedir. İstihdam sürecinin ‘şeffaf, fırsat eşitlikçi, liyakate bağlı, verimliliğin ve etkinliğin desteklenerek artırılması sağlamak’ ve bu ilkeler ışığında gerçekleşmesini sağlamak için geliştirilmiştir. Neredeyse tüm kamu kurum ve kuruluşları ile birlikte bazı üniversite ve belediyeler işe alım süreçlerini platform üzerinden gerçekleştirmektedir. İşe alım ilanlarına tüm adaylar tarafından erişim sağlanabilmektedir (CBİKO, 2024).

4.1.4. Ulusal Staj Programı

CBİKO’nun koordinasyonunda gerçekleştirilen, kamu kurumlarının ve özel sektörden gönüllü iş verenlerin katılımıyla gerçekleştirilen, üniversite okuyan gençlere yönelik staj programıdır. Staj imkanlarının ‘fırsat eşitliği ve liyakat ilkelerine uygun olarak’ gençlerin önüne sunulmasını sağlanmak temel hedeftir. Program ile üniversite eğitimine devam eden gençlerin mezun olmadan çalışma deneyimi kazanmaları ve istihdam edilme imkanlarının desteklenmesi amaçlanmaktadır. Nitekim, söz konusu program, kurumların ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağına ulaşması yönünde önemli adımlar biridir. Ulusal Staj Programı’nda liyakat öncelikli olmak üzere adaylar objektif olarak incelenmektedir. Adayların eğitim hayatı sürecinde gösterdikleri performans ve kendilerini geliştirmek için yaptıkları çalışmalar dikkate alınarak e-Devlet bilgileri ve beyan ettikleri belgeler ışığında ‘akademik/mesleki’, ‘sanatsal/sosyal’ ve ‘sportif’ puanları hesaplanmaktadır. Sunulan belgelerin doğruluğu 14 farklı kurum ve kuruluş tarafından gözden geçirilmektedir (CBİKO, 2024).

Staj programına başvuran adaylar yeterlilik puanlarıyla birlikte kimlik bilgileri gizli olarak stajyer havuzuna aktarılmaktadır. Kurumlar ihtiyaç duydukları profildeki adaylara sadece yeterlilik puanlarını görerek, kimliğini görmeden gizli bir şekilde staj teklifi sunmaktadırlar. Adaylar kendilerine uygun staj teklifini seçebilmektedirler. Uygulama ile gençler ‘staj için seçilmeyi bekleyen’ değil, ‘staj yapacağı kurumu seçen’ yetenekler olarak değerlendirilmektedir (CBİKO, 2024).

4.1.5. Yetenek Her Yerde

İlk olarak 2019 yılında gerçekleştirilen Yetenek Her Yerde uygulaması ile üniversiteler, kamu ve özel sektör kurumları ve meslek odalarının iş birliği ile CBİKO’nun koordinasyonunda öğrencilerin işgücü piyasası koşulları ve çalışma yaşamını tanımalarının sağlanması ve istihdam edilme olanaklarının artırılmasını hedefleyen kariyer etkinliğidir. ‘Tüm gençlere yetenek olduğunun hissettirilmesi ve fırsat eşitliğinin sağlanması’, ‘nitelikli öğrenci ve mezunların kamu kurumlarına kazandırılması’, ‘genlerin işveren kuruluşlarla görüşme imkânı bularak kariyer

farkındalıklarının yükseltilmesi' amaçlanmaktadır. 2019 yılından bu yana Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde üniversitelerin desteklemesiyle etkinlikler gerçekleştirilmektedir (CBİKO, 2024).

4.1.6. TalentforBİZ

Türkiye'nin dünya genelinde bulunan yetenekler için bir çekim merkezi haline gelmesi ve yurt dışında eğitim alan, yurt dışında yaşayan gençlerin uluslararası Türk firmalarından ve kariyer olanaklarından haberdar edilmesi için dünya genelinde düzenlenen kariyer etkinliğidir. TalentforBİZ etkinliklerinin amacı, uluslararası Türk markalarının her milletten yetenekler ile buluşmasını sağlamaktır. Türk kurum ve kuruluşları etkinlikler sayesinde genç yetenekler ile bir araya gelmekte ve genç yeteneklere sunabilecekleri kariyer imkânlarıyla ilgili bilgi vermektedir. TalentforBİZ etkinlikleri kapsamında '2019 yılında Almanya, İngiltere, Özbekistan ve Güney Afrika'da; 2020 yılında Özbekistan, Pakistan, Kazakistan'da; 2022 yılında Hollanda, İngiltere, Almanya, Özbekistan ve Malezya'da, 2023 yılında ise Endonezya'da' organizasyonlar gerçekleştirilmiştir. (CBİKO, 2024).

4.1.7. Uluslararası Kariyer Fuarları

Uluslararası Kariyer Fuarları, CBİKO koordinasyonunda Türkiye'den ve Dünya'dan katılan kurum ve kuruluşlar, eğitim kurumlar, sektörde profesyonel olanlar ve eğitimine devam eden veya mezun gençlerin katılımıyla gerçekleştirilen kariyer etkinliğidir. Kariyer fuarı etkinliklerinde amaç; 'gençler öncelikli olmak üzere bireylerin ilgili sektörler konusunda bilinçlenmesi ve istihdamın artışının sağlanması', 'gerçekleşen yeni gelişmelerin kurumlar arası paylaşılması', 'profesyonel bir iletişim sağlanması', 'girişimciliğin desteklenmesinin sağlanmasıdır.' 2023 yılında 'Uluslararası Sağlık, Estetik ve Medikal Kariyer Fuarı', 'Uluslararası Finans, Ticaret, Lojistik ve Bilişim Kariyer Fuarı' ve 'Uluslararası Tarım ve Orman Kariyer Fuarı' gerçekleştirilmiştir (CBİKO, 2024).

4.1.8. İstanbul HR Forum

İlk olarak 15 Aralık 2023 tarihinde İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir. 26 ülkeden 3.000'den fazla profesyonel, 'Yeni Yüzyılın Yetenek Üssü' teması ile bir araya gelmiştir. Forum'a özel sektörden, yerel yönetimlerden ve akademik camiadan insan kaynakları profesyonelleri ile uluslararası kuruluşların temsilcileri katılmaktadır. Forum'un ikinci teması 'Toplum 5.0' olarak belirlenmiştir. Forum'da temel amaç, ulusal ve uluslararası insan kaynakları profesyonellerini bir araya gelmesini sağlayarak, insan kaynakları alanında geliştirilen strateji ve uygulamaların paylaşılmasını sağlamaktır (CBİKO, 2024).

4.1.9. Söz Yetenekte

Söz yetenekte projesi, 'Türkiye'de gerçekleştirilen mega projeler ve bu projelerde bulunan kariyer olanaklarının genç yeteneklere tanıtılması sağlayan canlı yayınlardır.' YTNK TV üzerinden gerçekleştirilen canlı yayınlar ile üniversite öğrencileri ve mezunlar bilgilendirilmektedirler. Gençlerin mesleki ve sektörel bilgilerini artırarak kendi için doğru olduğunu düşündükleri meslekleri tanımaları, hedef ve potansiyellerini keşfetmeleri amaçlanmaktadır. Gerçekleştirilen canlı yayınlar YTNK TV üzerinden herkesin ulaşımına açıktır (CBİKO, 2024).

4.1.10. Kariyer Planlama Dersi

Üniversitelerde okuyan öğrencilerin çalışma hayatlarında karşılaşacakları kariyer basamaklarıyla ilgili 14 haftalık içerikten oluşturulan ve ‘YTNK TV’ üzerinden yayınlanan derslerdir. Bu dersler ile öğrencilerin çalışma yaşamıyla ilgili beklentilerinin ve kariyer farkındalığının sağlanması, mezuniyet sonrası çalışma yaşamında kariyer planlamalarını yapabilmeleri ve niteliklerin uygun iş alanlarına yönlendirilmeleri amaçlanmaktadır. Öğrencilerin beceri, yetenek ve yetkinliğine uygun olarak kariyer planlaması yapması hedeflenmektedir. Kariyer Planlama Dersi alan öğrenciler kariyer merkezleri uygulamalarından ve kendi kişisel özelliklerini nasıl geliştireceğini haberdar olmaktadır. Yetenek Kapısı üzerinden stajyer, profesyonel ya da gönüllü olarak kendilerine uygun iş ortamlarında çalışabilirler ve kendilerini geliştirebilirler (CBİKO, 2024).

4.1.11. ÜNİ-VERİ

Üniversiteye başlayacak öğrenciler için, lisans mezunlarının işgücü piyasasında performanslarının bölüm bazında verilerle ele alındığı bir sistemdir. Öğrencilerin yararlanabileceği sistem içerisinde mezun olan öğrencilerin ‘iş bulma süreci’, ‘başlangıç ücreti’, ‘nitelik uyumsuzluğu’, ‘kamuda işe yerleşme oranı’, ‘firma büyüklüğü dağılımı’ ve ‘sektör bazında dağılım’ verileri bulunmaktadır (CBİKO, 2024).

Nitelik uyumsuzluğu ‘mezunların nitelikleri ile istihdam edildikleri çalışma alanları arasındaki farklılıklar’ olarak ifade edilmektedir. ÜNİ-VERİ, nitelik uyumsuzluğu verilerinin hesaplamalarını Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) tarafında geliştirilen ‘standart meslek ve beceri setleri sınıflandırması’ yöntemi ile gerçekleştirmiştir. İşgücü piyasasında önemli bir konumda olan nitelik uyumsuzluğu göstergesi, çalışanların iş tatminini, üretkenliğini ve ücret farklarını etkilemektedir (Çakır & Kellevezir, 2020: 8-9)

4.1.12. Danışman Bilgi Sistemi

Danışman bilgi sistemi, üniversite mezunlarının işgücünde performanslarının değerlendirilmesi ve değerlendirme sonuçlarının tercih danışmanlığı veya mesleki danışmanlık gibi alanlarda kullanmalarını sağlayan dijital bilgi platformudur. ÜNİ-VERİ verileri, Danışman Bilgi Sistemi (DABİS) kullanılarak geliştirilmiş ve mevcut işgücü raporları üniversite bazında ele alınmıştır. 81 bölümün işgücü performansı, mezunların ‘iş bulma süreci’, ‘başlangıç ücreti’, ‘nitelik uyumsuzluğu’, ‘kamuda işe yerleşme oranı’, ‘firma büyüklüğü’ ve ‘sektör dağılımı’ verileri paylaşılan DABİS sistemi ile iki üniversitenin veya bölümler arasında karşılaştırma yapılma imkânı sağlanmaktadır. Lise öğrencileri ve mezunlardan tercih danışmanlığı veya mesleki danışmanlık hizmetinden yararlanmak isteyenler ile sistemde kayıtlı kariyer danışmanları, rehber öğretmenler, psikolojik danışmanlar gibi uzmanlar tarafından kullanılmaktadır (CBİKO, 2024).

4.1.13. Eğitim ve Geliştirme Faaliyetleri Raporu

Kamu Kurumları Eğitim ve Geliştirme Faaliyetleri Raporu, ilgili Bakanlıkların personel eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve veri kullanılarak çözüm uygulamaları sunulması amaçlanmıştır. Mevcut uygulamaların güçlü yönlerinin ve geliştirilmesi gerekli yönlerinin tespit edilmesi ve işlevi yüksek uygulamaların yaygınlaştırılması hedeflenmektedir. Rapor kapsamında Bakanlıklar ve ilgili, ilişkili kurumlar tarafından uygulanan eğitim ve geliştirme faaliyetleri, ‘eğitim’, ‘eğitici’, ‘katılımcı profili’ ve ‘bütçe’ detaylı olarak incelenmekte ve analiz edilmektedir. Raporlar yıllık olarak hazırlanmakta ve eğitim ve geliştirme faaliyetlerinden sorumlu kişilerle ‘Yönetici Bilgi Sistemi’ (YÖBİS) üzerinden paylaşılmaktadır (CBİKO, 2024).

4.1.14. Eğitim İhtiyaç Analizi

Kamu kurumlarında çalışanların misyon, vizyon ve hedefleri doğrultusunda, kişisel ve mesleki gelişim ihtiyacı için gerekli olacak eğitimlerin tespit edilmesi için gerçekleştirilmektedir. Analizin temel amacı, 'kurumlarda görev başlıklarına', 'kurumlara özgü yetkinliklere' ve 'yeni yüzyılın gereklerine yönelik' eğitim ihtiyacının belirlenmesi ve öneminin ele alınmasıdır. Analiz altı unvan grubunda yapılmıştır. Bunlar; 'üst yönetici, yönetici, idari, teknik, meslek ve hizmet' unvan gruplarıdır. Bakanlıklara bağlı kurum ve kuruluşların belirlenmiş görevleri ve sorumlulukları, mevzuat, yetkinlik ve bilgisayar sistemleri kullanılarak analiz yapılmıştır. Araştırma 560 binden fazla kamu çalışanın verileri ile gerçekleştirilmiştir (CBİKO, 2024).

4.1.15. KAMU-VERİ

Kamu-veri, Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin geliştirdiği bilimsel, çağdaş ve kişiye özel bilgi toplama aracıdır. Kamu çalışanlarının kurumlarında uygulanmakta olan insan kaynakları süreçlerini, kuruma dair memnuniyet ve aidiyet gibi konulardaki görüşlerinin ve önerilerinin alınması için geliştirilmiştir. Anket ilk olarak 11 Haziran 2019-26 Temmuz 2019 tarihleri arasında 'anket.cbiko.gov.tr' adresinde erişime açılmıştır. Kamu-veri ile tüm kamu çalışanlarının 'kurumlarını karşı tatmin ve aidiyet duyguları, İK süreçleri, organizasyonlar, iletişim ve yönetim' faktörleri ölçümü yapılmaktadır (CBİKO, 2024).

SONUÇ

Yetenek yönetimi kavramı günümüzde örgütler açısından önemli bir konumdadır. Yıllar içerisinde çalışma hayatında kaynakların kullanımının ve veriminin artırılması araştırması yapılmış, bireye ve işgücüne bakış açısı değişiklik göstermiştir. Örgütler, insan kaynakları ofisleri aracılığıyla insan kaynağının verimi ve etkinliğini artırmayı amaçlamışlardır. Bu durum küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve bilginin öneminin artması gibi faktörlerle birlikte ekonomide meydana gelen değişimlerinde etkisiyle kamu personel yönetimi açısından insan kaynağına bakış açısını değiştirmiştir.

Türkiye'de ilk kurulduğu günden günümüze kadar olan kamu personelinin idari yapısı, istihdamı ve çalışma koşulları gibi alanlarda farklı adımlar atılmıştır. Özellikle 1950 ve 1960'lı yıllarda yabancı uzmanlar tarafından raporlar hazırlanmış, mevcut sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durulmuştur. Bu raporların kesin bir etkisi olmamakla birlikte en önemli etkisi Devlet Personel Dairesinin kurulması olmuştur. DPD'de amaç, kamu personel örgütünün merkezi bir şekilde örgütlenmesini sağlayarak parçalanmışlığın ortadan kaldırılmasıdır. 1980'lerde DPD, Devlet Personel Başkanlığına dönüştürülmüş ve istenilen verimi sağlamadığı gerekçesiyle 2018 yılında kapatılmıştır.

Yeni kamu işletmeciliği anlayışının etkileriyle birlikte kamu örgütlenmeleri sunduğu hizmetlerin verimliliğini artırmak için işletme mantığı ile örgütlenmeye başlamıştır. Bu durumun Türkiye'ye yansımaları 80'lerden sonra Özal döneminde gerçekleştirilen neo-liberal politikalar ile olmuştur. 2000'lerden sonra da bu süreç devam etmiştir.

Türk kamu personel yönetimi açısından en önemli sorun kayırmacılıktır. Liyakatlı olmayan kimselerin siyasi, dini veya etnik farklılıklarından göreve getirilmesi kamu hizmetlerinin aksamasına sebep olmuştur. Cumhurbaşkanlığı

İnsan Kaynakları Ofisi'nin hem kuruluş hem projelerinin içinde liyakat ve şeffaflık ilkelerine özellikle vurgu yapılmaktadır. Özellikle kariyer kapısı işe alım platformu uygulaması buna örnek gösterilebilir.

Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi uygulamaları ile teknolojik gelişmelerin gerisinde kalınmaması, dünyada gerçekleştirilen uygulamaların incelenmesi ve Türkiye'yi yetenekler için cazibe merkezi olarak gösterme amaçları görülmektedir. Bu amaçlarla projeler gerçekleştirilmiş olsa henüz yeterli bir çıktı elde edildiğini söylemek mümkün görünmemektedir.

E-insan uygulaması ile Yetenek Kapısı, Kariyer Kapısı, YTNK TV ve Uzaktan Eğitim Kapısı gibi uygulamalara kişilerin erişimi kolaylaştırılmaktadır. Ulusal Staj Programı ile isteyen öğrencilerin staj yaparak meslek hayatını tanımaları ve kendilerini keşfetmelerinin önü açılmıştır. Uzaktan Eğitim Kapısı, kamu çalışanlarına verilecek eğitimler için geliştirilmiş ve ulaşma imkânın kolay olduğu bir platform olmuştur. ÜNİ-Veri gibi araştırmalar sayesinde üniversite bölümlerinin verileri ele alınmış ve DABİS sistemi ile tercih yapacak gençlere yönelik danışmanlık hizmetleri sunulmuştur. Gerçekleştirilen fuarlar ile genç yeteneklerin keşfedilmesi ve hem kamu hem özel sektörde kariyer olanakları ile ilgili bilgilendirmeler sağlanmıştır.

Yapılan proje ve uygulamaların yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak liyakat esaslı, şeffaf ve verimli bir kamu yönetimi için atılacak adımların başlangıcı olarak değerlendirilebilir. İlerleyen süreçte uygulamalardan elde edilecek veriler ışığında yeni uygulamalar gerçekleştirilebilir ve mevcut uygulamaların güçlü ve zayıf yönleri ortaya çıkarılabilir. Ülkemizde bulunan yetenekli kimselerin eşit imkanlar sunularak keşfedilmesinin sağlanması ve ülkede kalmaları yönünde kariyer, kendini geliştirme gibi imkanların sunulması ülkemizin ve insanımızın gelişimi önünde atılacak adımlardan en önemlisi olacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, O. K. (2019). Personel yönetiminden insan kaynakları yönetimine: cumhuriyet dönemi kamu personel yönetim tarihçesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 119-146.

Acar, O. K. (2021). Devlet personel başkanlığın'dan cumhurbaşkanlığı insan kaynakları ofisi'ne: kamu personel yönetiminde örgütsel değişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 1026-1046.

Alayoğlu, N. (2010). İnsan kaynakları yönetiminde yeni dönem: yetenek yönetimi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 68-97.

Atay, vd., (2023). Yetenek yönetiminde dönüşüm: en iyi uygulama örneği olarak ulusal staj programı-kariyer kapısı işe alım platformu. *T.C. İnsan Kaynakları Ofisi*.

Atlı, D. (2017). *İnsan kaynakları yönetiminin yeni vizyonu yetenek yönetimi*. Abaküs Kitap Yayın Dağıtım Hizmetleri.

Bayansar, R. (2024). Türk kamu personel yönetimi ve cumhurbaşkanlığı insan kaynakları ofisinin beşeri sermayeye etkisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 35-60.

Bolander, P., Werr, A. & Asplund, K. (2017). The practice of talent management: a framework and typology. *Personnel Review*, 46(8), 1523-1551.

Buckingham, M., & Vosburgh, R. M. (2001). The 21st century human resources function: It's the talent, stupid!. *Human Resource Planning*, 24(4), 17-23.

- Çayan, D., (2011). Yetenek yönetiminin çalışanların performansı üzerine etkileri ve niğde sağılık sektöründe bir uygulama. *Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Çakır, Ö., & Kellevezir, İ. (2020). Yükseköğretim mezunlarında işsizlik ve nitelik uyumsuzluğu olgusu: UNIVERİ araştırma sonuçları ışığında bir değerlendirme. *Çalışma İlişkileri Dergisi, 1, 1-17.*
- Çalık, A., & Naktiyok, A. (2018). Nepotizmin örgütsel sessizliğe etkisinde öz yeterlilik algısının rolü: hastane çalışanları üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış, 18(3), 343-351.*
- Çelik, M., & Zaim, A. H. (2012). Yetenek yönetimi yaklaşımı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 10(20), 33-38.*
- Çırpan, H., & Şen, A. (2009). İşletmelerde yenilikçiliğı geliştirmede etkili bir araç: yetenek yönetimi. *Çerçeve, 110-116.*
- Demiray, K. (1988). *Temel türkçe sözlük.* İnkılâp Kitapevi.
- Dilber, Y. (2022). Yetenek yönetimi ve eğitim örgütlerinde uygulanabilirliği. *Alanyazın Eğitim Bilimleri Eleştirel İnceleme Dergisi, 3(1), 65-81.*
- Eroğlu, H. T. (2010). Yeni kamu yönetimi anlayışının Türk kamu personel yönetimine etkisi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 6(12), 225-233.*
- Eroğlu, O. (2016). 1923'ten günümüze Türkiye'de insan kaynakları yönetiminin gelişimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12(29), 181-193*
- Gün, M. S. (2023). Nepotizm ve kamu yönetiminde yeni bir yaklaşım olarak yetenek yönetimi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Gündoğdu, T. (2021). Stratejik insan kaynakları bağlamında yetenek yönetimi ve yetenek yönetiminin beyaz yaka personellerin iş tatmini üzerine etkisi: otomotiv sektörü üzerine bir araştırma. *Bahçeşehir Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Gürel, G. B. (2023). Türkiye'de kamu personel yönetiminde yeni bir aşama: cumhurbaşkanlığı insan kaynakları ofisi örneğı. *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Lepak, D. P. & Snell, S. A. (1999). The human resource architecture: toward a theory of human capital allocation and development. *Academy of Management Review, 24(1), 31-48.*
- Öktan, S. (2019). İnsan kaynakları yönetiminde yeni bir yaklaşım olarak yetenek yönetimi: işletmelerin yetenek yönetimi birimlerine ilişkin keşifsel bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Özdemiray, S. M., & Gün, M. S. (2024). Kamuda yetenek yönetimi: politika uygulama boşluğuna yönelik bir inceleme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 61, 343-360.*
- Öztırak, M., & Bayram, V. (2023). İnsan kaynakları yönetiminde yetenek yönetiminin önemi üzerine nitel bir çalışma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 140-151.*
- Topdemir, T. S., & Satır, S. (2022). *Yetenek yönetimi.* A. R. Sönmez & T. Ala (Ed), *İşletme biliminde güncel konulara bütünsel bakış: teori, uygulama ve yaklaşımlar* içinde (ss. 199-228). Orion Akademi.
- Turan, E., Çetin, S., & Bayrakdar, E. (2019). Kamu yönetiminde kayırmacılık ve yozlaşmanın önlenmesinde yetenek yönetimi yaklaşımının değerlendirilmesi. *Türk İdare Dergisi, 91(489), 287-308.*
- Utangaç, B. (2021). Kariyer ve yetenek yönetiminin kamu kurumları ve özel sektör bağlamında araştırılması: Gaziantep örneğı. *Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*
- Yavuz, A., & Mesci, M. (2019). Yetenek yönetimi ve kamu sektöründe bir inceleme. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 7(4), 92-104.*
- Yıldırım, E. (2016). Stratejik yetenek yönetimi ve işletmelerde yetenek yönetimi uygulamaları üzerine bir araştırma. *Bahçeşehir Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.*

Yıldırım, M. (2013). Kamu yönetiminin kadim paradoksu: nepotizm ve meritokrasi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 353-380.

Yılmaz, S. (2019). Kamu kurumlarında yetenek algısı: bir kamu kurumunda yetenek yönetimi araştırması. *Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Yılmaz, Ö. & Erdem, Ö. (2022). Personel yönetiminden insan kaynakları yönetimine geçişi gerektiren etmenler: bir inceleme. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 8(3), 376-381.

1 Nolu CBK, Cumhurbaşkanlığı Ofisleri; <https://www.cbiko.gov.tr/kurumsal/1-nolu-cumhurbaşkanlığı-kararnamesi> son erişim tarihi: 07.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/e-insan> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/uzaktan-egitim-kapisi> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/kariyer-kapisi> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/ulusal-staj-programi> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/yetenek-her-yerde> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/talentforbiz> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/uluslararası-kariyer-fuarları> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/istanbul-hr-forum> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/soz-yetenekte> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/kariyer-planlama-dersi> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/uni-veri> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/danisman-bilgi-sistemi> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/egitim-ve-gelistirme-faaliyetleri-raporu> son erişim tarihi: 08.05.2024

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/kamu-veri> son erişim tarihi: 08.05.2024

YAZAR BEYANI :

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Mevcut çalışma için mevzuat gereği etik izni alınmaya ihtiyaç yoktur. Bu konuda yazarlar tarafından dergiye “*Etik İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan Formu*” gönderilmiştir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

Yazar, çalışmanın tüm bölümlerine ve aşamalarına tek başına katkıda bulunmuştur.