

ISSN: 1304 – 8880

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Çukurova University Institute of Social Sciences

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Cilt/ Vol: 28

Sayı/No: 2

Yıl/Year: 2019

Çukurova Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences

Sahibi / Owner
Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü adına
Enstitü Müdürü Prof. Dr. Serap ÇABUK

Yayın Kurulu / Board of Editors
Prof.Dr. İ. Çetin DERDİYOK (Başkan)
Prof. C. Hakan ÇUHADAR
Prof.Dr. Rukiye AKDOĞAN
Doç.Dr. Kenan LOPCU
Doç. Dr. Haşim AKÇA
Doç. Dr. F. Engin ALPAT
Doç.Dr. Deniz ZEREN
Doç.Dr. Sadık Erol ER
Doç.Dr. Gülden TÜM
Dr.Öğr. Üyesi Mustafa YAŞAR
Dr. Öğr. Üyesi Marella BODUR ÜN

Danışma Kurulu / Advisory Board
Prof. Dr. Abdullatif ACARLIOĞLU, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Gül DURMUĞOĞLU KÖSE, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Marcel ERDAL, Johann Wolfgang Goethe-University
Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Barbara KELLNER-HEGNKEL, Freie University Berlin
Prof. Dr. Yunus KİŞHALI, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer KOÇEL, İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet ÜNAL, University München-Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Birol YEŞİLADA, Portland State University
Prof. Dr. Ali YILDIRIM, Ortadoğu Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Todd Alan PRICE, National Louis University
Prof. Dr. Andreas SCHACHNER, Deutsches Archäologisches Institut
Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR, Marmara Üniversitesi

Derleme Sekreteri / Editorial Secretary
Doç.Dr. Deniz ZEREN ve Doç.Dr. Gülden TÜM

Dizgi-Mizanpaj / Typesetter
Doç.Dr. Deniz ZEREN ve Arş. Gör. Abdil ARIK

Copyright©Ekim 2011
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Tüm hakları mahfuzdur.

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makalelerin dil ve bilim sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Elektronik veya mekanik yöntemlerle (fotokopi dâhil) herhangi biçimde basılamaz ve / veya çoğaltılamaz. Dergimiz 2003-2013 yılları arasında ve 2018 yılı ilk sayısından itibaren Tübitak Ulakbim TR Dizinde taranmaktadır.

Adres / Address:

ÇÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü
01330 Balcalı / ADANA
Tel: 0 (322) 338 65 74
Faks: 0 (322) 338 69 47
E- Posta: sosbil@cu.edu.tr
İnternet adresi: <http://sosyalbilimler.cu.edu.tr>

Kapak Tasarımı: Metin AYGÜN

Baskı: Çukurova Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

1	Dr. Öğr. Ü. Elif GENÇ	Kuriki Höyük: Yukarı Dicle Vadisi'nde Küçük Bir Yerleşim <i>Kavramsal Makale</i>	1-17
2	Arş. Gör. Zahide SALAN Doç. Dr. Fehime Yeşim GÜRANİ	Kutsal Mekânda Işığın Tanrı Metaforu <i>Kavramsal Makale</i>	18-30
3	Doç. Dr. Volkan YURDADOĞ Prof. Dr. Harun BAL Arş. Gör. Murat ALBAYRAK	İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi: Polonya Ekonomisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma <i>Araştırma Makalesi</i>	31-44
4	Doç. Dr. Erkan AKTAŞ Dr. Hakan DOĞAN	İç Ticaret Hadlerinin Tarımsal Arazi Satışları Üzerine Etkisi: Çukurova Örneği <i>Araştırma Makalesi</i>	45-54
5	Doç. Dr. Ebru ÖZGÜR GÜLER Doç. Dr. Hüseyin GÜLER Arş. Gör. Sera ŞANLI	Sosyal Gelişme Endeksine Dayalı Temel İnsani İhtiyaçlar Ve Fırsatlar Alt Endeksleri Arasındaki İlişki <i>Araştırma Makalesi</i>	55-70
6	Doç. Dr. Ulviye GÜLER	Johann Sebastian Bach (Bwv 1056) Fa Minor Piyano Konçertosu'ndaki Largo Bölümüne Müzikal-Retorik Yaklaşımlar <i>Kavramsal Makale</i>	71-82
7	Dr. Öğr. Ü. Oya ERU Dr. Öğr. Ü. Volkan YAKIN	Research on Determining Perceptions and Attitudes Towards Emoji Use in Digital Marketing Campaigns <i>Araştırma Makalesi</i>	83-100
8	Dr. Öğr. Ü. Elif N. DEMİRCİOĞLU Ilgın ADIGÜZEL	Hedef Maliyet Sisteminin Çelik Boru İşletmesinde Uygulanması <i>Araştırma Makalesi</i>	101-118
9	Öğr. Gör. Simay AKKAR	The Coping Strategies Applied Towards The Undesirable Behaviors Of Efl Learners <i>Araştırma Makalesi</i>	119-133
10	Dr. Öğr. Ü. Yelda BUGAY TEKGÜL	Sanayileşme ve İstihdam Üzerine Kaldor ve Prebisch Karşıtlığı: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama <i>Araştırma Makalesi</i>	134-148
11	Doç. Dr. Mehmet ÖZÇALICI Dr. Öğr. Ü. Ayşe Tuğba DOSDOĞRU Arş. Gör. Aslı BORU İPEK Doç. Dr. Mustafa GÖÇKEN	Ulaşım Ağlarında Benzetim Yardımıyla Arz Planlaması: Kilis - Gaziantep Örneği <i>Araştırma Makalesi</i>	149-162

12	Dr. Cem ŞEN Prof. Dr. İbrahim Sani MERT	Sosyal Sermayenin Kurumsal, Kaynak Bağımlılığı ve İşlem Maliyeti Kuramları Cephesinden Algılanışı <i>Araştırma Makalesi</i>	163-178
13	Dr.Öğr.Ü. Mert DEMİRCİOĞLU Erkan TİYEKLİ	Fuzzy Analytic Hierarchy Process and Topsis for Part-Time Student Selection <i>Araştırma Makalesi</i>	179-197
14	Dr. Öğr. Ü. Merve GERÇEK Doç. Dr. Dilek YILMAZ BÖREKÇİ	“Resilience” Kavramına Örgüt Bağlamında Türkçe Karşılık Önerileri <i>Kavramsal Makale</i>	198-213
15	Doç. Dr. Funda KURAK AÇICI Arş. Gör. Zeynep Nilsun KONAĞOĞLU	Tarihi Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesi: Trabzon Mimarlar Odası Örneği <i>Kavramsal Makale</i>	214-224
16	Doç. Dr. Sefer YILMAZ Prof. Dr. Azmi YALÇIN	Basic Determinants of Public Support For Turkey’s EU Membership with Respect to Cognitive Level of Respondents <i>Araştırma Makalesi</i>	225-240
17	Murat ALÇI Prof. Dr. Songül TÜMKAYA	Öğrencilerin Algıladıkları ait Olma ve Öğretim Elemanları Mesleki Yeterliliklerinin Akademik Motivasyonlarını Yordama Düzeyi <i>Araştırma Makalesi</i>	241-256
18	Dr. Öğr. Ü. Musa ŞANAL Arş. Gör. Murat ÖZTÜRK	Örgüt Kültürünün İşletme Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma <i>Araştırma Makalesi</i>	257-271
19	Doç. Dr. Betül Altay TOPCU	Küresel Ölçekte Enerji Sektörünün Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi: MİNT Ülkeleri Örneği <i>Araştırma Makalesi</i>	272-285
20	Prof. Dr. Serap ÇABUK Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN Doç. Dr. Kalender Özcan ATILGAN	Tüketicilerin Abartılı Referans Fiyata Yönelik Algılarının Markalı Kot Pantolan Satın Alma Davranışı Açısından İncelenmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	286-293
21	Dr. Öğr. Ü. Bilge YILDIRIM GÖNÜL Arş. Gör. Sertap BALCI YAŞAR	Türkiye ve KKTC’de İç Mimarlık Eğitiminde Koruma Bilinci Üzerine Güncel Bir Araştırma <i>Kavramsal Makale</i>	294-311
22	Doç. Dr. Deniz ZEREN İsmail KEŞLİKLİ	Programatik Reklamcılık: Kavram, İşleyiş ve Potansiyeli Açısından Değerlendirmesi <i>Kavramsal Makale</i>	312-326

23	Ecem Özhan Prof. Dr. Serkan Yılmaz KANDIR	Borsa İstanbul İnşaat Şirketlerinin Pay Getirilerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi <i>Araştırma Makalesi</i>	327-337
24	Dr. Gökhan ULUDAĞ	Lider Üye Etkileşiminin Yetenek Yönetimine Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması <i>Araştırma Makalesi</i>	338-353
25	Dr. Öğr. Ü. Yeşim KUBAR Doç. Dr. Gülsen KIRAL	Lise Öğrencilerinin Şiddet Algısı Üzerine Bir Araştırma: Elazığ Merkez İlçe Örneği <i>Araştırma Makalesi</i>	354-374
26	Doç. Dr. Neslihan COŞKUN KARADAĞ	Tecil Müessesesinin 6183 Sayılı Kanuna Hâkim Olan İlkeler Açısından Değerlendirilmesi <i>Kavramsal Makale</i>	375-387
27	Arş. Gör. Kemal SAKARYA	İç Mimarlık Eğitimine Yönelik Uzaktan Eğitim Modeli Önerileri <i>Kavramsal Makale</i>	388-401
28	Kübra ÇELİK Doç Dr. Levent GELİBOLU	Sarikamış Kayak Merkezi'nin Destinasyon Markalaşması Üzerine Bir Uygulama <i>Araştırma Makalesi</i>	402-420
29	Doç. Dr. Melek AKDOĞAN GEDİK	Vergi Teşvik Araçları ve Yatırımlar: OECD Ülkeleri İçin Bir Değerlendirme <i>Kavramsal Makale</i>	421-435
30	Prof. Dr. İltar ÜNLÜKAPLAN Canger İNCE	Mülkiyet Hakları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: AB ve OECD Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme <i>Araştırma Makalesi</i>	436-450

Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teşekkürlerimizi sunarız.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us evaluate the articles sent for the current issue of our journal.

HAKEMLER/REFEREES

PROF. DR. AHMET AY	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ALİ GÖKBUNAR	MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ALPTEKİN SÖKMEN	GAZİ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. AZMİ YALÇIN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. BELİR TECİMER	GAZİ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. BİRDAL ŞENOĞLU	ANKARA ÜNİVERSİTESİ

PROF. DR. BURAK TÜZÜN	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. COŞKUN ARSLAN	NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ERKUT DÜZAKIN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. FİKRET DÜLGER	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. GÜLAY USTA	İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. HASAN VERGİL	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. HİLAL İNAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. İBRAHİM ORGAN	PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. İLTER ÜNLÜKAPLAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. KEMAL CAN KILIÇ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. MEHMET FATİH CİN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. MUAMMER ZERENLER	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. MUSTAFA ÖZER	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. NEJAT BASIM	BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. NURAN BAYRAM	ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ÖMER İSKENDER OĞLU	NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. ÖMER ÖZÇİÇEK	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. REMZİ YAĞCI	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. SEDA ŞENGÜL	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. SELEN DOĞAN	NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. SERKAN YILMAZ KANDIR	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. SÜLEYMAN BİLGİN KILIÇ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. YELİZ YALÇIN	GAZİ ÜNİVERSİTESİ
PROF. DR. YEŞİM ALKAYA YENER	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ALPARSLAN BAŞARAN	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. CUMA BOZKURT	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. DENİZ ÜNAL	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. DENİZ ZEREN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. DİDEM BAŞ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. EDA YAŞA ÖZEL TÜRKAY	ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ERKAN AKTAŞ	MERSİN ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. FURKAN EMİRMAHMUTOĞLU	ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

DOÇ. DR. HAKAN YILMAZ	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. HALUK SAĞLAMTİMUR	EGE ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. HATİCE DOĞAN SÜDAŞ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. İBRAHİM ARISOY	POLİS AKADEMİSİ
DOÇ. DR. KALENDER ÖZCAN ATILGAN	MERSİN ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. KORAY TUAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. LÜTFİ ÜREDİ	MERSİN ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. MUSTAFA GÖÇKEN	ADANA ALPARSLAN TÜRKİŞ BİLİM VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. NEDİM YILDIZ	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. NURAY ERGÜL	MARMARA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. NURİYE GÜREŞ	İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. ONUR ERMAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. RÜSTEM YANAR	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. SEZEN BOZYİĞİT	TARSUS ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. SONER YAKAR	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DOÇ. DR. TUBA BAŞKONUŞ DİREKÇİ	GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ARMAĞAN SEÇİL MELİKOĞLU EKE	İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ALİ EREN ALPER	NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. BİLGE YARAREL	İSTİNYE ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ÇAĞRI SAÇLI	İSKENDERUN TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ELİF N. DEMİRCİOĞLU	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ELİF ÖZNUR ACAR	ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ERHAN İŞCAN	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. ESENGÜL İPLİK	ADANA ALPARSLAN TÜRKİŞ BİLİM VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. İREM KEFE	OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. TULAY CANBOLAT	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. YELDA TEKGÜL	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
DR. ÖĞR. Ü. YEŞİM GÜRANİ	ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

MAKALE YAZIM KURALLARI

Dergiye gönderilecek makalelerin yazımında uyulması gerekli kurallar aşağıda özetlenmiştir:

1. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, yılda **en az iki kez** yayınlanan **hakemli** bir dergidir.
2. Gönderilecek makalenin daha önce hiçbir yerde yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Makaleler, **Türkçe, İngilizce, Fransızca** ya da **Almanca** olarak yayımlanabilir.
4. Makaleler, **MS Word** formatında Dergipark üzerinden isimsiz olarak gönderilmelidir.
5. Makalelerde; **Kağıt Boyutu:** A-4, sayfa yapısı olarak **Alt:** 6 cm, **Üst:** 5 cm, **Sol:** 4,5 cm, **Sağ:** 4 cm, **Üst Bilgi:** 4 cm ve **Alt Bilgi:** 5 cm, **Yazı Tipi:** Times New Roman, **Punto:**10, **Satır Aralığı:** Tek olarak ayarlanacaktır. Makalenin tümü **15 sayfayı** geçmemelidir.
6. Orijinal makalelerde bölümler aşağıdaki şekilde düzenlenmelidir:
 - **Öz (en çok 200 kelime),**
 - **Abstract (en çok 200 kelime),**
 - **Giriş (en çok 3 sayfa),**
 - **Araştırma bulguları, tartışma ve sonuçları,**
 - **Kaynaklar.**
7. Makalelerin başlığı metne uygun; kısa ve açık ifadedi; büyük harflerle yazılmış olmalıdır.
8. Yazar adı, başlığın sol alt kenarına konulmalı; yazar birden fazla ise, adları alt alta yazılmalıdır. Yazar adı veya adları dipnotta sırasıyla unvan, bağlı oldukları üniversite, fakülte, bölüm veya kurum adı, e-posta adresi ve ORCID ile yazılmalıdır.
9. Ana bölüm başlıkları, her iki bölümün sol üst kenarına gelecek şekilde ve küçük harflerle yazılmalıdır. Öz ve Abstract büyük harflerle metnin sol kenarına konulmalıdır.
10. Makalede resim, şekil ve grafikler "**Şekil**" adı altında gösterilmeli; şekil ve grafikler bilgisayarda çizilmeli; fotoğraf veya resimler, parlak fotoğraf kağıdına net olarak siyahbeyaz basılmış ve numaralandırılmış olmalıdır. **Şekil adları**, her kelimenin ilk harfi büyük olacak şekilde tablonun alt tarafına bilgisayarda yazılmalıdır.
11. Makalede **tablo adları**, her sözcüğün ilk harfi büyük olacak şekilde tablonun üst tarafına yazılmalıdır.
12. Kaynaklara yapılan göndermeler, dipnot yerine metnin içinde parantez arasında yapılmalıdır. Parantez içinde sırasıyla, **yazarın soyadı, kaynağın yılı ve sayfa numarası** yer almalıdır (**Horngren, 2002: 124**). Birden çok kaynak noktalı virgül ile ayrılmalı, 3 veya daha çok yazar isimli bildirimlerde "**vd.**" kısaltması kullanılmalıdır.
13. Kaynak listesi, yazarların soyadlarına göre alfabetik olarak düzenlenmelidir. Kaynak bildiriminde sıra; "**yazar soyadı, adının baş harfi, eserin yayın tarihi, eserin adı, basımevi ve basım yeri**" olarak düzenlenmelidir. Dergi alıntılarında, cilt, parantez içinde sayı ve iki noktayı takip eden sayfa numaraları verilmelidir. Metin içinde verilmemiş kaynaklar bu listede gösterilmemeli, kaynağın yazarı belli değilse yerine "**Anonymus**" deyimini yazılmalıdır.
14. Yukarıdaki kurallara uygun olmayan makale dikkate alınmaz.

REQUIRED FORMAT FOR ARTICLES

Submission guidelines:

1. Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences is published at least twice a year and is a peer-reviewed journal.
2. It is an obligation that the article which will be sent mustn't be published in anywhere before.
3. Articles can be published in the following languages: **Turkish, English, French and German.**
4. Articles must be written on **MS word 97** or above and they must be copied, then they must be sent **with a diskette and four print copies. (One of the hard copies should be named, the rest three will be sent unnamed.)**
5. In articles, **page layout** has to be arranged as to leave 5 cm **from above**, 6 cm **from below**, 4.5 cm **from left**, 4 cm in **from right**. And also they have to be written on **A4 pages**. Articles have to be written in Times New Roman with **10 points**. Articles mustn't exceed **15 pages**. It must be set as **single spaced**.
6. In original articles, section must be arranged in the way shown below:
 - **Summary (maximum 200 words)**
 - **Abstract (maximum 200 words)**
 - **Introduction (maximum 3 pages)**
 - **Findings, discussion and the results**
 - **Bibliography**
7. The title of the articles should be fit with the content; they should be short and understandable, written with capital letters.
8. The name of the writer should be written below the article and left side. If there is more than one writer, the names should be written side by side. Under the name of the writers, their universities, faculties, sections name and an **e-mail address** have to be written.
9. Titles of main sections should be written with small letters and they have to be written in a way that they have to be left side and above on each of two sections.
10. In an article, pictures, graphics have to be shown under the name of **the figure**. Figures and graphics have to be drawn on the computer. Photographs and pictures have to be published in white-black colours clearly, they have to be numbered and the name of **the figures** have to be written below the table on the computer with the way first letter will be capital in every word.
11. In an article, **name of the table** should be written with the way first letter will be capital every word.
12. Citations or references to the sources have to be written in the parentheses in the article. The surname of the writer, the year of the source and the number of the page have to be written left side by side. If there are more than two writers, it should be shortened like "et. al." and left by semicolon.
13. Source lists have to be arranged as the surname of the writers alphabetically. These lists have to be followed the name of the **writer, the first letter of the name, the date of the article, the name of the article and publishing place** of it. The volume of the sources must be written in the parentheses with the numbers and page numbers followed by colon. If the writer of the article is uncertain, **Anonymous** must be written.
14. Those articles, not written according to the above mentioned rules, cannot be published.

KURİKİ HÖYÜK: YUKARI DİCLE VADİSİ'NDE KÜÇÜK BİR YERLEŞİM

Elif GENÇ¹

ÖZ

Bu çalışma, Ilısu Barajı ve HES Projesi kapsamında kazısı yapılan Kuriki Höyük yerleşimi ile ilgili genel sonuçları içermektedir. Kuriki Höyük, Batman Çayı'nın doğu yakasında ve Batman Çayı'nın Dicle Nehri'ne kavuştuğu noktada yer almaktadır. Yerleşme birbirine yaklaşık 70 m mesafede bulunan iki küçük tepeden oluşur (Kuriki Höyük 1 ve 2). Yedi yıl süren kazılar, yerleşimin Geç Kalkolitik Dönem'den MS 1. binyıla kadar ara kesintilerle devam ettiğini ortaya koymuştur. MÖ 4. binyıla kadar geriye giden en eski yerleşim, Kuriki Höyük 1'de saptanmış ve yerleşimin MÖ 3. binyılın başlarına kadar devam ettiği anlaşılmıştır. Uzun bir aradan sonra, MÖ 2. binyılın ikinci yarısında tekrar iskân edilmiş, Demir Çağı'nda yerleşim alanı her iki höyüğü kapsayacak şekilde genişlemiş, mezarlık alanı da bu dönemde kullanılmaya başlanmıştır. Hellenistik Dönem ve sonrasında ait kalıntılar tarımsal faaliyetler nedeniyle büyük oranda zarar görmüştür. Ancak, Kuriki Höyük 1'de MÖ 1. binin sonları ile MS 1. binin başları arasında kullanıldığı düşünülen büyük bir yapı grubu günümüze kadar korunagelmıştır. İki katlı olduğu düşünülen bina ve depo odası nehrin kolaylıkla görülebildiği stratejik bir noktaya konumlandırılmıştır. Kuriki Höyük, Yukarı Dicle Vadisi yerleşim yerleri ile paralel bir kültürü yansıtmakta, yerel unsurlarla birlikte bölgedeki siyasi değişimlerin izlerini barındıran küçük bir yerleşim görüntüsü çizmektedir.

Anahtar Kelimeler: Güneydoğu Anadolu, Yukarı Dicle Vadisi, Ilısu Barajı, Kuriki Höyük, Geç Kalkolitik Dönem, Demir Çağı

KURİKİ HÖYÜK: A SMALL SETTLEMENT IN THE UPPER TIGRIS VALLEY

ABSTRACT

This paper includes the common results about Kuriki Höyük, an ancient settlement that was excavated within the scope of the Ilısu Dam and HEP Project. Kuriki Höyük is located on the east side of the Batman River and at the point where the Batman Stream meets the Tigris River. The settlement consists of two small hills (Kuriki Höyük 1 and 2) which were located approximately 70 m apart. The seven-year excavations revealed that the settlement continued intermittently from the Late Chalcolithic period to the 1st millennium AD. The oldest settlement dating back to the 4th millennium BC was unearthed at Kuriki Höyük 1, and it seems that the settlement endured until the beginning of the 3rd millennium BC. After a long break, there were traces of a settlement belonging to the second half of the 2nd millennium BC at Kuriki Höyük. In the Iron Age, the settlement area was enlarged to cover both mounds, and the necropolis area was firstly used in this period. Although the remains of the Hellenistic period and its aftermath have been destroyed too much due to agricultural activities; a large building group, which have been used probably between the end of the 1st millennium BC and the beginning of the 1st millennium AD, has been preserved until the present day. The building, probably with two floors, is located at a strategic point where the river along with the storage room can easily be seen. Kuriki Höyük reflects a parallel culture with the settlements in Upper Tigris Valley, and a small settlement image with local elements and traces of political developments in this region.

Keywords: Southeastern Anatolia, Upper Tigris Valley, Ilısu Dam, Kuriki Höyük, Late Chalcolithic Period Age, Iron Age

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, egenc@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0508-7267

Received/Geliş: 22/03/2019 Accepted/Kabul:28/06/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Genç, E. (2019), "Kuriki Höyük: Yukarı Dicle Vadisi'nde Küçük Bir Yerleşim", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.1-17.

Giriş

Yukarı Dicle Vadisi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Dicle Bölümü'nde olup kuzey ve kuzeydoğudan Doğu Toros Dağları ile batıdan volkanik Karacadağ ve güneyden Mardin-Midyat Dağları ile çevrilidir. Birçok akarsu tarafından beslenen Dicle Nehri'nin hayat verdiği Yukarı Dicle Vadisi, Prehistorik dönemlerden itibaren toplumlar için önemli bir coğrafya olmuştur. Hammadde kaynağı, geniş tarım alanları, Mezopotamya'dan Suriye ve Anadolu içlerine uzanan ticaret yolları bölgenin cazibesini arttırmış ve siyasi güçlerin her daim ilgisini çekmiştir (Köroğlu, 1998, s. 7-10; Parker, 2001, s. 255-256).

Yukarı Dicle Vadisi yerleşim yerlerinden biri olan Kuriki Höyük, Batman il merkezinin 14 km güneyinde, Oymataş köyünün 1 km güneybatısında ve Batman Çayı'nın Dicle Nehri'ye kavuştuğu noktada yer almaktadır (Şekil 1). Yerleşim, zengin petrol yataklarına sahip Raman Dağı'nın batı sınırında ve Batman Çayı'nın doğu yakasında bulunmaktadır. Kuriki Höyük, birbirine 70 m mesafede bulunan iki küçük tepeden oluşur. Doğudaki Kuriki Höyük 1, batıdaki Kuriki Höyük 2 olarak adlandırılmıştır. Her iki höyük yaklaşık 250x100 m'lik bir alanı kaplar. Höyüklerin bulunduğu alan uzun yıllar tarım alanı olarak kullanılmıştır. Tarımsal faaliyetler höyüklerin gerçek görünümünü bozmuş, üst tabakalara ait kültürel dokuya büyük oranda zarar vermiştir. Kuriki Höyük 1, sadece küçük bir tepe görünümüne dönüşürken; Kuriki Höyük 2 yükseltisini yitirmiş, tarla düzlüğü seviyesine inmiştir (Şekil 2).

İlk kez 1988 yılında Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) kapsamında G. Algaze ve ekibi tarafından bölgede yapılan yüzey araştırmaları sırasında saptanan Kuriki Höyük, sistemli kazılar başlayana kadar birçok araştırmacı tarafından ziyaret edilmiştir (Algaze, 1989, s. 258, Fig. 2b, 70; Algaze vd., 1991, s. 213, Fig. 2b, 76; Parker, 1997, s. 235, Map 8, 76; Parker, 2003, s. 538-539, Tab. 2, T.76, Fig. 11, T 76; Barın vd., s. 2004, 129). 2009 yılında, Ilısu Barajı ve Hidroelektrik Santrali (HES) Projesi etki alanında kalan kültür varlıkların belgelenmesi ve kurtarılması amacıyla yapılan çalışmalar kapsamında Mardin Müzesi Müdürlüğü başkanlığında ve bu metnin yazarının bilimsel danışmanlığında kurtarma kazılarına başlanmıştır. 2009-2015 yılları arasında, her iki höyükte ve mezarlık alanında olmak üzere üç farklı alanda kazı çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda Geç Kalkolitik Dönem'den MS 1. binyılın başlarına kadar, bazı zamansal boşlukların da olduğu, farklı dönemler saptanmıştır (Şekil 3) (Genç, 2013, s. 229; Genç, 2016, s. 166; Genç vd., 2011, s. 147; Genç vd., 2013, s. 464-465; Genç vd., 2014, s. 297; Genç vd., 2015, s. 460; Genç ve Yıldız Köse, 2017, s. 279-286).

1. Kuriki Höyük 1

Doğudaki höyük, yaklaşık 55 x 45 m ölçülerinde, kuzey ve kuzeydoğu yönünde tarla seviyesinden 3.5 m, ana toprak seviyesinden 5 m, bugünkü nehir seviyesinden 14.5 m ve deniz seviyesinden 519 m yüksektedir. Höyük, 4 tabakalı ve 11 alt safhalıdır. En eski yerleşim Geç Kalkolitik Dönem'e kadar inmektedir (IVb tabakası). Bu aynı zamanda her iki höyüğün en eski dönemidir. Kuriki Höyük 1, MÖ 4. binyılın başlarından yaklaşık MÖ 3. binyılın başlarına kadar iskân edildikten sonra terk edilmiştir (IVa tabakası). Uzun bir aradan sonra, Demir Çağı'nda (III. tabaka) tekrar iskân edilen alan MS 4. yy'dan sonra bir daha yerleşilmemek üzere terk edilmiştir (II.-I. tabaka).

1.1. Geç Kalkolitik Dönem

Kuriki Höyük 1'in en eski iskânına ait izlere, II. tabakanın ana binasının koridorunda açılan 1 nolu sondajda (7.5x2 m) ve höyüğün doğu ve güney yamaçlarında ulaşılmıştır. Geç Kalkolitik Döneme tarihlenen IVb tabakası, ana topraktan itibaren dört alt safhaya ayrılmaktadır (IVb1-4). Üst üste gelen her bir safhanın mimari kalıntıları küçük ölçekli mekânlardan oluşur. İyi korunan mekânlardan birinin iç ölçüleri 4x5 m kadardır (Şekil 4, IVb1). Taş temelli, kerpiç duvarlı dikdörtgen veya ızgaraya benzer bir plan gösteren mekânlar sıkıştırılmış toprak tabanlıdır. Çoğu temel seviyesinde korunan ve yaklaşık 40-45 cm arasında değişen kalınlıktaki duvarlarda orta boy toplama taşları kullanılmıştır. Silo, ocak ve fırın kalıntıları mekânların içinden ve çevresinden açığa çıkartılmıştır. Silolardan birinde ele geçen karbonlaşmış mercimek, buğday ve arpa kalıntıları 100 kilogramı bulmakta ve bunlar yerleşimin ve bölgenin besin ekonomisine ışık tutmaktadır (Çakan vd., 2014, s. 110-111). Yanyana dizili fırınlardan biri oval, diğerleri 1.5-2 m çapında yuvarlak tabanlıdır. (Genç ve Yıldız Köse, 2017, s. 282, Res. 4-5). Üst bölümü korunmayan fırınların tabanları çakıl taşları ve seramik kırıkları ile döşenmiş ve kille sıvanmıştır. Yoğun kül kalıntılarının arasından ele geçen kap parçalardan bir kısmının içinde bitüm kalıntılarına rastlanmıştır (Şekil 5). Sadece fırınların çevresinden toplanan ve dikkat çekici bir yoğunluğa sahip olan bitüm kalıntılarının fırınlarla bağlantılı olduğu açıktır. Yakın Doğu'da, özellikle petrol kaynağı yakınlardaki pek çok yerleşim yerinde petrol ile ilişkili maddelere rastlanmakta ve bu maddelerin kullanımı geniş bir yelpaze sunmaktadır. Bunlar mimari, seramiğin onarımı ve boyanması, teknelerin kalafatlanması, aydınlanma gibi günlük yaşamın pek çok alanında kullanılmıştır (Connan vd., 1999, s. 33-35). Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde sayılı petrol/bitüm sızıntı alanları bulunmaktadır (Connan vd., 2013, Fig.1). Bölge kazılarında elde edilen sonuçlar daha çok bitüm kaynağının Eruh bölgesinden temin edildiği yönündedir (Connan vd., 2013, s. 17-18). Kuriki Höyük, Türkiye'nin zengin petrol rezervlerine sahip Batı Raman Dağı petrol sahasına yakın olmasına rağmen, bitüm kalıntıları ile ilgili yapılan ilk çalışmalar, diğer yerleşmelere olduğu gibi, Eruh kaynaklı olduğunu ortaya koymuştur (Kavak vd., 2017, s. 32).

Geç Kalkolitik Dönemin baskın olan seramik grubu bitki katkılı saman yüzlü (chaff-faced ware) kaplardır. Bu kaplar, ilk kez Amuk Ovası F safhasında tanımlanmıştır (Braidwood, R. ve Braidwood, L. 1960, s. 232-238). Saman yüzlü kaplar, Kuzey Mezopotamya'dan batıda Akdeniz kıyısına, kuzeyde Güney Kafkasya'ya, doğuda Zagros Dağları'na kadar geniş bölgede görülen Geç Kalkolitik 2-4 evrelerinin (MÖ 4200-3300) en karakteristik kap grubudur (Marro, 2010, s. 36-41; Helwing, 2012, s. 204). Söz konusu kap grubu içinde en belirgin formlar çekiç başlı çanaklar (hammerhead rimmed bowls) (Şekil 6, a-b) ve omurgalı pişirim kaplarıdır (carinated casserole cooking pots) (Şekil 6, c-d). Bunlar, Kuzey Suriye ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yerel Geç Kalkolitik 3'ün en karakteristik kap formlarıdır (Yukarı Dicle Vadisi'nde: Laneri vd., 2009, s. 230, Hirbemerdon; Creekmore, 2007, s. 92-93, Fig. 10/B-D, Fig. 11/F, Fig.12/B-D, Kenantepe 7-5; Sağlamtimur ve Kalkan, 2015, Fig. 6-7, Fig. 8/1-8, Başur; Fırat Vadisi'nde: Pollock ve Coursey, 1995, s. 104-107, Fig. 2, Fig. 5-6/G-H; Pearce, 2000, s. 117-118, Fig. 9, 10, Hacinebi B1-B2; Balossi Restelli, 2006, s. 26-28, Fig. 6-8, Zeytinlibahçe; Algaze vd., 1990, s. 254-256, Pl. 31/A-K, Pl. 32, Pl. 33/D-J, Lev. 145/B-C, Kurban VIB-A; Hoh, 1981, s. 44, 53, Fig. 11/7-8, Fig. 15/9, Hassek; Habur Bölgesi'nde: Schwartz, 1988, Fig. 52/3,7-8, Fig. 54/1-2, Fig. 57/1-3, Fig. 59, Tell Leilan V-IV; Oates, D. ve Oates, J. 1993,

s. 185, 192-193, 197, Fig. 33, Fig. 51/25, Fig. 52/42-44, Fig. 54, 67, 69-70, Tell Brak TW14-16).

Geç Kalkolitik Dönemin diğer bir seramik grubu mineral katkılı kaplardır (grit-tempered ware). Mineral katkılı kaplar, saman yüzü kaplara oranla daha az sayıda ele geçmiştir. IVb tabakasının son safhasında görülen (IVb1) mineral katkılı çark yapımı, ince cidarlı iyi fırınlanmış kaplardan (Şekil 6, e-f) sarkık akıtacak (drooping spouted jars) ve uzun ip delikli tutamaklı kaplar (nose-lug) (Şekil 6, g-h) Güney Mezopotamya'nın Geç Uruk kültürüne ait kap formları arasında bilinmektedir. (Oates, D. ve Oates, J. 1993, Fig. 49/3 TW12, Tell Brak; Frangipane, 2004, cat.no:37, Arslantepe VIA; Frangipane vd., 2011, s. 2, Şek. 3/b, Zeytinlibahçe; Pearce, 2000, s. 121, Fig. 17, Hacinebi).

1.2. Geç Kalkolitik Dönem'den Erken Tunç Çağı'na geçiş (MÖ 4. binyılın sonu 3. binyılın başları)

MÖ 4. binyılın sonları ile 3. binyılın başlarına tarihlenen IVa tabakası iki alt safhaya ayrılmaktadır (IVa1-2). Sondaj alanında alttaki IVa2'de biri çukur tarafından kesilen birbirine paralel iki taş duvar sırası, ocak tabanı ve bu yapılarla çağdaş olduğu düşünülen 5-6 aylık bir bebeğe ait sanduka mezar ile IVa1'de birkaç çukur dışında mimari kalıntıya rastlanmamıştır (Genç vd., 2011, s. 146). Höyüğün doğu yamacında IVa2'de taş örgülü üç duvarı da korunmuş küçük bir mekân ile IVa1'de birkaç taş duvar dizisi dışında mimari iyi korunmamıştır (Şekil 4).

Geç Kalkolitik Dönemin saman yüzü kapları sayıca azalırken, mineral katkılı kaplar çoğalmıştır. Saklı astar bezemeli (reserved-slip ware), ip delikli tutamaklı (vertically-pierced lugged) ve yüksek kaideli formların yanı sıra az sayıdaki ince nitelikli Ninive V tipi seramik yeni bir grup olarak ortaya çıkmaktadır (Şekil 6, i-m) (Pearce, 2000, s. 121, Fig. 16/b,d,g,h, Hacinebi ETÇİ; Creekmore, 2007, s. 94, Fig. 4/I, J, L, M, Fig. 5/J, I, Fig. 6/F, G, Res. 8/L, Kenantepe ETÇİ; Ökse vd., 2001, s. 603, Res. 7/10, Salat Tepe; Şenyurt, 2002, s. 678, Şek. 6; Şekil 14, Aşağı Salat ETÇ başları; Frangipane ve Bucak, 2001, Şek. 7 üst, Zeytinlibahçe).

1.3. Demir Çağı

Demir Çağı bulgularına höyüğün güney yamaçlarında ulaşılmıştır (IIIa-c). Erken Demir Çağı kapları arasında yer alan ve çoğu el yapımı, ağız kenarı yivli ve/veya yumru bezemeli kaplar (grooved ware) atık çukurlarından ele geçmiştir (Şekil 7, e-f). Bölgede tanınan söz konusu kaplar, MÖ 12-10. yüzyıllarda Kuzey Batı İran ve Kafkasya'dan Doğu Anadolu'da Fırat Nehri'ne kadar Yukarı Dicle Vadisi de dahil olmak üzere geniş bir coğrafi alana yayılmış ve MÖ 8. yüzyıla kadar kullanım görmüştür (Kroll, 2005, s. 65-66; Hauptmann, 1976, s. 50-51, Pl. 46/2-3,5, Pl. 54, Pl. 55/1, 3, Norşuntepe; Bartl, 1995, s. 206; Esin, 1970, Lev. 7, Tepecik; Sevin, 1988, s. 52; Konyar, 2005, s. 105; Schachner, 2003, Res. 6, Gricano; Parker vd., 2003, Fig. 6, Kenantepe; Matney ve Rainville, 2005, Fig. 4-5, Ziyaret Tepe; Ökse ve Görmüş, 2013, s. 173-174, Res. 12, Salat Tepe; Ökse vd., 2014, s. 139-142; Laneri, 2013, s. 242-243, Res. 13, Hirbemerdon Tepe; Pulhan ve Blaylock, 2013, s. 400-402, Res. 17, Gre Amer; Kozbe, 2006, Res. 13-18, Kavuşan Höyük, Köroğlu, 1998, s. 54, Res. 16, Üçtepe çevresi; Karg, 2002, s. 705, 715, Şek. 3, Gre Dimse; Tekin, 2004, s. 429, Şek. 8, 7-12, Hakemi Use).

Orta Demir Çağı/Yeni Assur Döneminde, höyüğün güney yamacına teraslı bir yapı inşa edilmiştir (Şekil 8, III. tabaka). Kuzeybatı-güneydoğu yönlü 20 x 11 m

ölçülerinde korunan yapı yedi odalıdır. Yapının taş temelli duvarları çeşitli onarım izlerine sahiptir. Odalar sıkıştırılmış toprak tabanlı veya taş döşelidir. Tabanlar ayrıca kum ve bitüm karışımı bir sıva ile de sıvalıdır. Kuriki Höyük sakinleri, Geç Kalkolitik Dönem'den itibaren tanıdığı petrol ile ilişkili maddeleri Demir Çağı'nda evlerinde yalıtım malzemesi olarak kullanmıştır. Yeni Assur Döneminin yerli seramik özelliğini yansıtan saman katkılı hamurlu kaplarından dışa kalınlaştırılmış ağız kenarı oluklu çanaklar ve boyunlu çömlekler en çok rastlananlardır (Şekil 7, g-j) (Matney ve Rainville 2005, Fig. 16/23, Ziyaret Tepe; Guarducci ve Laneri 2010, Fig. 14/80-85, Hirbemerdon Tepe; Kozbe 2006, 499, Res. 20/2-11, Res. 25, Kavuşan Höyük; Karg 2002, Şek. 7/b-d, Gre Dimse; Anastasio 2007, Abb. 109/4-6, Abb. 110, Abb. 122/4-8). Yeni Assur Dönemi linear üsluplu silindirik mühürleri (Genç, 2017, s. 121-128), MÖ 7. yüzyıla tarihlenen yay biçimli ve üçgen biçimli iki tunç fibula (Pedde, 2001, s. 488, 490, Fig. 2/12 B3 grubu, Fig. 7; Fig. 2/13 D1.5 grubu) ve benzerleri MÖ 1. binin ilk yarısına tarihlenen çıplak kadın tasvirli pişmiş toprak plaka bu dönemin diğer buluntuları arasındadır. Bölge kültürü ile bağlantılı olan pişmiş toprak plakalar, özellikle çıplak tasvir edilmiş olanlar, İhtar veya Astarte ile ilişkilendirilmektedir (Pruß, 2010, s.151, 155, Taf. 19).

Geç Demir Çağı'nda, II. tabaka depo odasının altında sınırlı alanda açığa çıkartılan taş döşeli taban üzerinde iki adet kil sıvalı tekne, yarısı korunmuş küp, öğütme taşları, sırlı çanak ve boyalı vazo parçası dönemin mutfak kalıntısı buluntularıdır.

1.4. MÖ 1. binin son yüzyılları ile MS 1. binin ilk yüzyılları

Höyüğün en üst seviyesine konumlanmış olan ana bina ve depo odasından oluşan iki büyük yapı Kuriki Höyük'ün en iyi korunan yapılarıdır (Şekil 8, II. tabaka). Ana bina kuzeydoğu-güneybatı yönlü olup 19.30 x 18 m ölçülerindedir. Taş temelli, kerpiç duvarlı ve oda tabanları sıvalıdır. İki farklı duvar inşa tekniğine sahip olan bina, önce düzgün kesilmiş iri blok taşlarla inşa edilmeye başlanmış, sonra daha küçük taşlarla tamamlanmıştır. Duvarların kalınlığı 1.50 m'dir. Höyüğün şekline bağlı olarak duvarların yüksekliği değişkenlik göstermektedir. Binanın orta bölümünde kerpiç ile birlikte duvarların korunan yüksekliği 1.30 m'dir. Ortada uzun bir koridoru ve koridorun iki kenarında üçer odadan oluşan toplam altı odası vardır. Odalar farklı boyutlardadır. 3 ve 6 numaralı küçük odalar merdiven odası olmalıdır. 5 nolu odada duvara bitişik yüksek tabanlı bir ocak bulunmaktadır. Duvarların kalınlığı ve iki merdiven odasının bulunması yapının birden fazla kata sahip olduğuna işaret etmektedir. Korunan bölüm binanın bodrum katı olmalıdır. Batıdaki ikinci yapı, 14.30 x 3.85 m ölçülerinde, dikdörtgen planlı ve tek odalıdır. Yapının planı ve boyutu ana bina ile açıkça ilişkili olduğunu gösterir. Duvar inşa tekniği, ana binanın tamamlanma aşamasındaki tekniğe benzerdir. Her iki yapı, Batman Çayı ile Dicle Nehri'nin birleştiği noktayı çok iyi görecektir şekilde inşa edilmiştir. Yapıların konumu işlevleri ile de yakından bağlantılı olmalıdır. Bunlar, nehirleri kolaylıkla görebilen veya denetleyebilen bir çeşit karakol, istasyon veya han olarak kullanılmış olabilir. Ana binadan ele geçen az sayıdaki buluntulardan biri 5 nolu odanın tabanı üzerinden gelen sırlı çanak, diğeri Roma Dönemi'nden tanınan tunç fibuladır (Waldbaum, 1983, s. 116/681-682, Pl. 43/681-682 MS 1.-2. yy.). Söz konusu odadaki fırının çevresinden toplanan bitki kalıntılarından elde edilen radyo karbon analiz sonucu yaklaşık MÖ 2.-1.yy. aralığını vermiştir. Bina muhtemelen MÖ 3. yy'da Hellenistik/Seleukos Dönemi'nde inşa edilmiş, Parth Dönemi'nden MS 1. binin ilk

yüzyıllarına kadar kullanılmış ve MS 4. yy'ın ilk yarısından sonra terk edilmiş olmalıdır (D'Agostino ve Genç, 2018, 25).

2. Kuriki Höyük 2

Batıdaki ikinci höyük tarımsal faaliyetlerden çok daha fazla etkilenmiş ve höyüğün üst tabakalarına ait kültürel doku ciddi oranda zarar görmüştür. Höyüğün ana topraktan yüksekliği yaklaşık 2 metredir. Ana topraktan itibaren en erken yerleşim Geç Tunç Çağı'na aittir (III). Orta Demir Çağı'ndan (II) Hellenistik (I-0) ve sonrasına ait dönemler, höyüğün orta bölümünde sınırlı alanlarda, özellikle çok sayıdaki silo/atık çukurlarından gelen çanak-çömleklerle tanımlanmıştır.

2.1. Geç Tunç Çağı

Geç Tunç Çağı buluntularına J/11-12 plan karelerinde küçük bir alanda ulaşılmıştır (Şekil 3). III. tabakaya ait Nuzi malları tipinde bir kaç boyalı kap parçası, Mitanni/Orta Assur tipi yayvan ve omurgalı çanaklar, çömlek ve yaprak biçimli tunç ok ucu bu dönemin az sayıdaki buluntuları arasındadır (Şekil 7, a-d) (Pfälzner, 1995, Taf. 1-2, Taf. 9/d, Taf. 11, Taf. 68/a-b, Taf. 98/h-i, Taf. 167/a, Taf. 193/b; Postgate vd., 1997, Pl. 28-37; Oates vd., 1997, Pl. 181/4; Pl. 184/62, Pl. 181/20, 24; Kozbe, 2006, Res. 2/1-2, Res. 11-12; Anastasio, 2007, Abb. 14/1-2, 4; Duistermaat, 2008, Fig. IV/16,b, Fig. IV/43,c, Fig. IV/20,h-i, Fig. IV/103,n.)

2.2. Orta Demir Çağı

Batı höyüğünde bu döneme tarihlenmesi muhtemel taş temelli, kerpiç duvarlı büyük bir yapı gün ışığına çıkartılmıştır (Şekil 9, II. tabaka). Kuzeybatı-güneydoğu yönlü 28.5 x 20.6 m ölçülerinde korunan yapının kuzey dış duvarı 2.10 m, iç duvarları 1.50-1.55 m kalınlıktadır. Tarımsal faaliyetler ve Geç Demir/Hellenistik Dönem çukurları tarafından büyük zarar gören yapının sadece 9 odası açığa çıkartılabilmemiştir. Taş temel seviyesinde korunan duvarların üst dolgusunda yoğun kerpiç döküntüsüne rastlanması, yapının kerpiç duvar örgüsüne sahip olduğunu göstermektedir. Ancak gerek yapının planı ve gerekse ele geçen az sayıdaki buluntu yapının işlevini belirlemede yeterli olmamıştır.

2.3. Geç Demir Çağı/Hellenistik Dönem

Geç Demir/Hellenistik Döneme ait buluntular, planı çok iyi anlaşılamayan bir kaç taş duvar sırasının oluşturduğu mekân kalıntılarında ve çukurlardan elde edilmiştir. Ağız kenarı oluklu çömlek parçaları (Şekil 7, k-l) ve üçgen, dalgalı boya bezemeli kap parçaları en çok rastlanlar arasındadır. Açık renk astar üzerine kırmızı/kahverengi boya ile üçgen bezeme ve yatay bantlar arasındaki dalgalı hatlardan oluşan boya bezemeli kaplar, Hellenistik Dönem kapları ile birlikte ele geçmiştir. Benzerleri Hirbemerdon, Gre Amer, Kavuşan Höyük, Giricano, Salat Tepe, Ziyaret Tepe ve Üçtepe gibi diğer Yukarı Dicle Vadisi yerleşmelerinden bilinmektedir (Laneri, vd., 2006, s. 160, Fig. 13, Hirbemerdon; Pulhan ve Blaylock, 2013, Res. 15-16, Gre Amer; Kozbe, 2006, Res. 28-29, Kavuşan; Schachner, 2004, s. 506, Şek. 5, Giricano; Ökse ve Görmüş, 2006, s. 182, Res. 42, Salat Tepe; Matney vd., 2007, s. 43-44, Fig. 16, Ziyaret Tepe; Köroğlu, 2008, s. 340, Üçtepe). Doğu Anadolu, Kuzeybatı İnan ve Yukarı Dicle Vadisi'ni kapsayan geniş bir coğrafyada görülen üçgen ve fisto bezemeli çanak-çömlekler, "triangle ware" veya "festoon ware" olarak adlandırılan grup içinde değerlendirilmektedir (Kozbe, 2006, s. 499; Köroğlu,

2008, s. 337, 341). Hellenistik Dönem'e tarihlenen pişmiş toprak figürün başı, balık tabağı, iğ biçimli unguentarium ve amfora atık çukurlarından ele geçmiştir (Mallowan, 1966, Fig. 293-294; McMahon, 1996, Fig. 16/A; Christensen ve Johansen, 1971, Fig. 1; Berlin, 1997, Fig. 12, PW99 HELL 2A-C=Late Hellenistic, Pl. 14, Pl. 76, PW104 MÖ 125-80, Fig. 15, PW519 HELL.2A-C=Late Hellenistic MÖ 125-80, Pl. 17, PW158-159).

3. Mezarlık Alanı

Mezarlık, yerleşim alanının güneyinde yaklaşık 70 x 20 m'lik bir alana yayılmıştır (Şekil 3). MÖ 1. binin ikinci yarısına tarihlenen farklı tipte 63 mezar ve 72 birey açığa çıkartılmıştır (Açikkol Yıldırım vd., 2014, 203-204). Mezarlardan 37'si taş sanduka, 23'ü basit toprak ve 3'ü çukur mezar tipindedir. Mezarlar genelde tek birey içindir. Ancak taş sanduka mezarların bazıları birden fazla birey için kullanılmıştır. Mezarların çoğunda mezar eşyasına rastlanmamıştır. Az sayıda ele geçen buluntulardan pişmiş toprak kaplar; tunçtan ayna, sürme kabı ve çubuğu; demir makas; tunçtan fibula, yılanbaşı bilezik ve küpeler; tunçtan ve demirden yüzük ve kolye taneleri mezarlığın tarihine ışık tutmaktadır (Moorey, 1980, Fig. 15, Fig. 16/397-398).

Sonuç

Yukarı Dicle Vadisi'ne yerleşen toplumlar, Neolitik Dönem'den itibaren Dicle Nehri ve kollarına yakın alanları iskân yeri olarak seçmişlerdir. Nehir vadisine hakim ve geniş tarım alanlarına sahip yerleşmeler, daha sonraki dönemlerde önemli merkezlere dönüşmüştür (Karadoğan ve Kozbe, 2013, s. 553, Şekil 7-8, 10). MÖ 4500-3000 yılları arasında bütün Yakındoğu'yu etkileyen iklim değişiklikleri Mezopotamya'da üç kurak evrenin yaşanmasına neden olmuştur (Clarke vd., 2016, s. 117). Geç Kalkolitik Dönem'de yaşanan kurak evreler, Dicle ve Fırat Nehri kıyısında yaşayan toplumlarda sosyal değişimlere yol açmıştır (Clarke vd., 2016, s. 114). İklimdeki kuraklaşmaya bağlı olarak nehir sularının nehir tabanına çekilmesi, içme suyu, nehir ulaşımı ve sulcu tarım gibi faktörler, yerleşim alanlarının nehir kıyısına daha yakın kurulmasını sağlamıştır (Karadoğan ve Kozbe, 2013, s. 553). Kuriki Höyük sakinleri benzer çevre ve iklim koşullarına bağlı olarak, ilk kez MÖ 4. binyılın başlarında doğudaki alana yerleşmişlerdir. Bu alanı tercih etmelerinde, çevreye hakim konumu ve geniş tarım alanları etkili olmuş olmalıdır. Kuriki Höyük'ün en erken yerleşimi, yerel Geç Kalkolitik kültürünü yansıtan küçük bir köy yerleşmesidir. Söz konusu dönemde geniş coğrafi bölgeye yayılan saman yüzlü seramik geleneği Kuriki Höyük için de baskın seramik grubu olmuştur. Kuzey Suriye, Güneydoğu Anadolu-Kuzey Mezopotamya bölgelerinde Geç Kalkolitik 3'ün en karakteristik kap formlarından çekiç başlı çanaklar ve omurgalı pişirim kapları IVb tabakasının da en belirleyici kaplarıdır. Dönemin sonlarına doğru mineral katkılı ve çark yapımı Güney Mezopotamyalı Geç Uruk kültürüne özgü kaplara ait parçalar, saman yüzlü kaplara oranla daha az sayıda görülmektedir. Geç Uruk özellikli kapların ele geçmesi, Kuriki Höyük'ün nehre olan konumu ile yakından ilişkili olmalıdır. IVb'de Geç Uruk benzeri kap parçalarının, IVa'da ise Ninive V türü kapların sayıca azlığı, Geç Kalkolitik Dönem'den Erken Tunç Çağı başlarında kadar kap formlarında ve üretim tekniğinde görülen bazı yenilikler dışında, yerel kültürün saman yüzlü kaplarının hakim grup olması, yerleşimin sürekliliğini yansıtmakta ve dış müdahale değişiklikleri olmaksızın yerel üretimin varlığını desteklemektedir.

Kuriki Höyük, Erken Tunç Çağı başlarında terk edildikten uzun bir süre sonra Geç Tunç Çağı'nda yeniden iskân edilmiştir. Mitanni/Orta Assur tipi kapların varlığı bölgedeki siyasi gücün izlerini barındırmaktadır. Orta Assur hâkimiyetinin zayıflaması sonucu bölgede siyasi boşluk oluşmuş, kuzeyden gelen halkların etkisi ile ağız kenarı yivli Erken Demir Çağı kaplarının üretimi yaygınlaşmıştır. Ağız kenarı yivli kaplar çok sayıda ele geçmesine rağmen, sınırlı sayıdaki mimari kalıntı yerleşimin bölge içindeki konumunun anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Assur İmparatorluğu'nun bölgede tekrar siyasi güç olarak görüldüğü dönemde, yerleşim her iki höyüğü kapsayacak şekilde genişlemiştir. Yukarı Dicle Vadisi, kuzeyden gelebilecek Urartu tehlikesinin önlenmesi ve ham madde ihtiyacının karşılanması bakımından Assur ülkesi için çok büyük bir öneme sahipti (Koroğlu, 1998, s.2; Parker, 2001, s. 2, 8, 165). Vadi, aynı zamanda Assur ülkesinin yayılım politikası olarak uyguladığı tarıma dayalı koloncilik kapsamında şehirlerin gıda ihtiyacının karşılandığı bir bölgeydi (Parker, 2003, s. 526, 541, 547). Bu bağlamda, nehirlerin keşisme noktasında bulunan ve etrafı geniş tarım arazileri ile çevrili olan Kuriki Höyük, Yeni Assur Dönemi tarım köyleri için uygun bir alana sahiptir.

Batman ilini kapsayan coğrafya, Roma-Bizans (Batı) ile Parth-Sasani (Doğu) güçleri arasındaki savaşlarda sınır bölgesi konumundadır (Lafli, 2009, s. 186-187). Siyasi gücün sık sık el değiştirdiği bu dönemlerde, bölge kontrolünü elde tutmak amacıyla stratejik yerlere kaleler, köprüler ve yollar inşa edilmiştir (Lafli, 2009, s. 187). Antik kaynaklarda adı geçen ve henüz yeri saptanamamış olan MS 6. yy. askeri garnizonu Shemkharth için önerilen yerlerden biri, Batman Çayı ile Dicle Nehri'nin birleştiği noktanın doğusu Oymataş köyü yakınlardır (Barın, 2009, s. 62). Kuriki Höyük'ün bir kilometre yakınındaki Oymataş Köyü ve çevresinde, Dicle Nehri boyunca çok sayıda kaya mezarları ve kilise kalıntıları söz konusu dönemlerin izlerini barındırmaktadır (Barın, 2009, s. 52-54). Kuriki Höyük 1'de MÖ 3. yy'da inşa edilen ve yaklaşık MS 4. yy ilk yarısına kadar kullanıldığı düşünülen ana binanın ve depo odasının nehirle olan stratejik konumu, boyutu ve inşa tekniği, iyi organize olmuş bir otoritenin varlığını kanıtlar. Söz konusu yapılar, nehirler boyunca olası kullanım yollarının güvenliğini sağlayan, bir kontrol noktası olarak, karakol veya istasyon gibi kullanılmış olabilir. Bölge güçleri arasında zaman zaman doğal sınır olan Batman Çayı ve Dicle Nehri Kuriki Höyük'ün stratejik önemini arttırmış olmalıdır. Kuriki Höyük'ün Batman Çayı ve Dicle Nehri ulaşım yollarının güvenliğini sağlayan bir kontrol noktası olarak kullanılmış olduğu kanaati güçlenmektedir.

Teşekkürler

Kazılar; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün izinleri ve Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü'nün maddi destekleri ile 2009-2010 yıllarında Mardin Müzesi Müdürlüğü başkanlığında, 2011-2016 yıllarında Batman Müzesi Müdürlüğü başkanlığında ve danışmanlığında yürütülmüştür. Ayrıca, Çukurova Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından "FEF2012KAP1: 2012-2013 Yılı Batman Kuriki Höyük İnterdisipliner Çalışması" projesi ile de çalışmalar desteklenmiştir.

Kaynaklar

- Açıkkol Yıldırım, A., Gözlük Kırmızıoğlu, P. ve Genç, E. (2014). Kuriki Höyük İskeletleri. 29. *Arkeometri Sonuçları Toplantısı*, 203-215.
- Algaze, G. (1989). A New Frontier: First Results of the Tigris-Euphrates Archaeological Reconnaissance Project, 1988. *Journal of Near Eastern Studies*, 48(4), 241-281.
- Algaze, G., Evins, M.A., Ingraham, M.L., Marfoe, L. ve Yener, K.A. (1990). *Town and Country in Southeast Anatolia, Vol.II: The Stratigraphic Sequence at Kurban Höyük*. OIP 110. Chicago, Illinois: The Oriental Institute of the University of Chicago.
- Algaze, G., Breuninger, R., Lightfoot, C. ve Rosenberg, M. (1991). The Tigris-Euphrates Archaeological Reconnaissance Project: A Preliminary Report of the 1989-1990 Seasons. *Anatolica*, XVII, 175-239.
- Anastasio, S. (2007). *Das obere Habur-Tal in der Jazira zwischen dem 13. und dem 5. Jh. v. Chr: Die Keramik des Projektes Prospection archéologique du Haut-Khabur Occidental (Syrie du N.E.)*. Firenze: Centro editoriale toscano.
- Balossi Restelli, F. (2006). The local Late Chalcolithic (LC3) occupation at Zeytinli Bahçe (Birecik, Şanlı-Urfa): the ceramic production. *Anatolian Studies*, 56, 17-46.
- Barın, G. (2009). Batman ve Yöresinin Arkeolojik Geçmişi Üzerine Gözlemler. İn S. Cöhce ve A. Çevik (Eds.), *I. Uluslararası Batman ve Çevresi Tarihi ve Kültürü Sempozyumu*, Bildiriler I (s. 50-62). İstanbul: Batman Valiliği.
- Barın, G., Akın, E. ve Şahin, F.S. (2004). Iısu Klasik Yüzey Araştırmaları 2002. 21. *Araştırma Sonuçları Toplantısı*, (1), 127-138.
- Bartl, K. (1995). Some Remarks on Early Iron Age in Eastern Anatolia. *Anatolica*, XXI, 205-212.
- Berlin, A. (1997). The Plain Ware. In Herbert, S.C. (Ed.), *Tell Anafa II,i*. The Hellenistic and Roman Pottery (s. 1-246). Michigan: Ann Arbor.
- Braidwood, R. ve Braidwood, L. (1960). *Excavations in the Plain of Antioch I*. OIP LXI, Chicago, Illinois: The Oriental Institute of the University of Chicago.
- Christensen, A.P. ve Johansen, C.F. (1971). *HAMA. Fouilles et recherches 1931-1938, III2. Les poteries hellénistiques et les terres sigillées orientales*. Copenhagen: Nationalmuseet.
- Clarke, J., Brooks, N., Banning, E.B., Bar-Matthews, M. vd. (2016). Climatic changes and social transformations in the Near East and North Africa during the 'long' 4th millennium BC: A comparative study of environmental and archaeological evidence. *Quaternary Science Reviews*, 136, 96-121.
- Connan, J., Evershed, R.P., Biek, L. ve Eglinton, G. (1999). Use and Trade of Bitumen in Antiquity and Prehistory: Molecular Archaeology Reveals Secrets of Past Civilizations (and Discussion). *Philosophical Transactions: Biological Sciences* 354(1379), Molecular Information and Prehistory (Jan.29), 33-50.
- Connan, J., Kozbe, G., Kavak, O., Zumberge, J. ve Imbus, K. (2013). The bituminous mixtures of Kavuşan Höyük (SE Turkey) from the end of the 3rd millennium (2000 B.C.) to the Medieval period (AD 14th century):Composition and origin. *Organic Geochemistry*, 54, 2-18.
- Creekmore, A. (2007). The Upper Tigris Archaeological Research Project (UTARP):A Summary and Synthesis of the Late Chalcolithic and Early Bronze Age Remains from the First Three Seasons at Kenan Tepe. *Anatolica*, XXXIII, 75-128.

- Çakan, H., Genç, E., Kavak, S. ve Aslan, F. (2014). Kuriki Höyük (Batman) Kazısında Ortaya Çıkarılan Silonun Arkeobotaniksel Yönden Değerlendirilmesi. 29. *Arkeometri Sonuçları Toplantısı*, 107-114.
- D'Agostino, A. ve Genç, E. (2018). A small settlement at the confluence of the Batman and Tigris rivers (SE Turkey): Kuriki Höyük and the evidence from the Late Iron Age to the Parthian period. *Anatolica*, XLIV, 1-42.
- Duistermaat, K. (2008). *The Pots and Potters of Assyria*. Technology and Organisation of Production, Ceramic Sequence and Vessel Function at Late Bronze Age Tell Sabi Abyad, Syria. Turnhout: Brepols.
- Esin, U. (1970). Tepecik Kazısı 1968 Yılı Önraporu. *1968 Yaz Çalışmaları, ODTÜ Keban Projesi Yayınları*, 1(I), 147-172.
- Frangipane, M. (2004). *Arslantepe*. Alle Origini del Potere. Arslantepe, la collina die leoni. Milano: Electa.
- Frangipane, M. ve Bucak, E. (2001). 1999 Yılı Zeytinlibahçe Höyük Kazı ve Araştırmaları. In N. Tuna, J. Öztürk ve J. Velibeyoğlu (Eds.), *Ilisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 1999 Yılı Çalışmaları* (s. 65-131). Ankara: ODTÜ-TAÇDAM.
- Frangipane, M., Di Nocera, G.M. ve Siracusano, G. (2011). Zeytinlibahçe (Urfa) Höyük'deki Araştırmalar: 2002 Kazı Sezonu. In N. Tuna ve O. Doonan (Eds.), *Ilisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 2002 Yılı Çalışmaları I* (s. 1-34). Ankara: ODTÜ-TAÇDAM.
- Genç, E. (2013). Kuriki Höyük 2011 Yılı Kazısı. 34. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (1), 229-240.
- Genç, E. (2016). 2014 Yılı Kuriki Höyük Kazısı. 37. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (3), 165-182.
- Genç, E. (2017). Kuriki Höyük'te Ele Geçen Bir Grup Yeni Assur Dönemi Silindir Mührü. In S. Özkan, H. Hüryılmaz ve A. Türker (Eds.), *Samsat'tan Acemhöyük'e Eski Uygarlıkların İzinde Aliye Öztan'a Armağan/From Samosata to Acemhöyük Trailing the Ancient Civilisations Studies Presented to Honour of Aliye Öztan* (s. 121-128). İzmir: Ege Üniversitesi.
- Genç, E., Valentini, S. ve D'Agostino, A. (2011). Kuriki Höyük 2009 Yılı Kazı Çalışması. 32. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (1), 142-153.
- Genç, E., Valentini, S. ve D'Agostino, A. (2013). Kuriki Höyük Archaeological Project 2010, A Preliminary Report. 33. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (2), 463-479.
- Genç, E., Yıldız Köse, B. ve Köse, Ç. (2014). 2012 Yılı Kuriki Höyük Kazıları. 35. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (1), 292-302.
- Genç, E., Yıldız-Köse, B. ve Köse, Ç. (2015). 2013 Yılı Kuriki Höyük Kazıları. 36. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (1), 459-474.
- Genç, E. ve Yıldız Köse, B. (2017). 2015 Yılı Kuriki Höyük Kazısı. 38. *Kazı Sonuçları Toplantısı*, (1), 279-292.
- Guarducci, G. ve Laneri, N. (2010). Hirbemerdon Tepe During the Iron Age Period: A Case Study in the Upper Tigris Region. *Anatolica*, XXXVI, 17-65.
- Hauptmann, H. (1976). Norşun Tepe Kazıları, 1972. *Keban Projesi 1972 Çalışmaları, ODTÜ Keban Projesi Yayınları*, 1(5), 41-59.

- Helwing, B. (2012). Late Chalcolithic Craft Tradition at the North-Eastern 'Periphery' of Mesopotamia: Potters vs. Smiths in the Southern Caucasus. *Origini*, XXXIV, 201-220.
- Hoh, M.R. (1981). Die Keramik von Hassek Höyük. *Istanbul Mitteilungen*, 31, 31-82.
- Karadoğan, S. ve Kozbe, G. (2013). Yukarı Dicle Havzasının (Batman-Bismil Arası) Jeomorfolojik Özellikleri ve Arkeolojik Yerleşme/Buluntu Yerlerinin Dönemler Boyunca Mekan Etkileşimleri. In E. Öner (Ed.), *Profesör Doktor İlhan Kayan'a Armağan* (s. 539-564). İzmir: Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Yayınları (181).
- Karg, N. (2002). 2000 Yılı Gre Dimse (İlisu) Kazı Çalışmaları. In N. Tuna ve J. Velibeyoğlu (Eds.), *İlisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 2000 Yılı Çalışmaları* (s. 699-722). Ankara: ODTÜ-TAÇDAM.
- Kavak, O., Genç, E. ve Connan, J. (2017). Geç Kalkolitik Dönemden M.S. 1. Bin başlarına kadar (M.Ö.4000—M.S.1000) Batman Kuriki Höyük'te Bulunmuş Bitüm Kalıntılarının Kökeni. *32. Arkeometri Sonuçları Toplantısı*, 27-41.
- Konyar, E. (2005). Grooved Pottery of the Lake Van Basin: A Stratigraphical and Chronological Assesment. *Colloquium Anatolicum/Anadolu Sohbetleri*, IV, 105-128.
- Kozbe, G. (2006). Çanak Çömlek Gelenekleri Işığında Geç Tunç Çağı Sonundan Geç Demir Çağı Sonuna dek Yukarı Dicle Bölgesi'nde Assur Varlığı. In A. Erkanal-Öktü, E. Özgen vd. (Eds.), *Hayat Erkanal'a Armağan: Kültürlerin Yansıması* (s. 496-509). İstanbul: Homer Kitabevi.
- Köroğlu, K. (1998). *Üçtepe I. Yeni Kazı ve Yüzey Bulguları Işığında Diyarbakır/Üçtepe ve Çevresinin Yeni Assur Dönemi Tarihi Coğrafyası*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları V(45).
- Köroğlu, K. (2008). Yukarı Dicle Bölgesinde Yeni Asur Krallığı Sonrasına İlişkin Kültürel Değişimin Tanımlanması: Geç Demir Çağı ve Hellenistik Dönem'in İzleri. In T. Taner, A. Tibet ve E. Konyar (Eds.), *Muhibbe Darga Armağanı* (s. 335-344). İstanbul: Sadberk Hanım Müzesi Yayınları.
- Kroll, S. (2005). The Southern Urmia Basin in the Early Iron Age. *Iranica Antiqua*, XL, 65-85.
- Laflı, E. (2009). Kaleler, Köprüler ve Yollar: İlkçağda Batman. In S. Cöhce ve A. Çevik (Eds.), *I. Uluslararası Batman ve Çevresi Tarihi ve Kültürü Sempozyumu*, Bildiriler I (s. 184-188). İstanbul: Batman Valiliği.
- Laneri, N. (2013). Hirbemerdon Tepe Arkeolojik Projesi. *İlisu Barajı ve Hes Projesi Arkeolojik Kazıları 2004-2008 Çalışmaları*, In Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ve Diyarbakır Müzesi Müdürlüğü (derl.), (s. 237-262). Diyarbakır.
- Laneri, N., D'Agostino, A., Schwartz, M., Valentini, S. ve Pappalardo, G. (2006). A Preliminary Report of the Archaeological Excavations at Hirbemerdon Tepe, Southeastern Turkey, 2005. *Anatolica*, XXXII, 153-188.
- Laneri, N., Schwartz, M., Valentini, S., D'Agostino, A. ve Nannucci, S. (2009). The Hirbemerdon Tepe Archaeological Report: The First Five Seasons of Archaeological Work at a Site in the Upper Tigris River Valley, Southern Turkey. *Ancient Near Eastern Studies*, 46, 212-276.
- Mallowan, M.E.L. (1966). *Nimrud and Its Remains*. Vol. I. London: Collins.

- Marro, C. (2010), .Where Did Late Chalcolithic Chaff-Faced Ware Originate? Cultural Dynamics in Anatolia and Transcaucasia at the Dawn of Urban Civilization (ca.4500-3500 BC). *Paléorient*, 36(2), 35-55.
- Matney, T. ve Rainville, L. (2005). Archaeological Investigations at Ziyaret Tepe 2003-2004. *Anatolica*, XXXI, 19-68.
- Matney, T., Rainville, L., Köroğlu, K., Keskin, A., Vorderstrasse, T., Özkul Fındık, N. ve Donkin, A. (2007). Report on Excavations at Ziyaret Tepe, 2006 Season. *Anatolica*, XXXIII, 23-74.
- McMahon, A. (1996). The Achaemenid-Hellenistic Occupation ant Hacinebi. *American Journal of Archaeology*, 100(2), 222-229.
- Moorey, P.R.S. (1980). *Cemeteries of the First Millennium B.C. at Deve Höyük, near Carchemish*. Salvaged by T.E.Lawrence and C.L.Woolley in 1913. Oxford: BAR International Series 87.
- Oates, D. ve Oates, J. (1993). Excavations at Tell Brak 1992-93. *Iraq*, 55, 155-200.
- Oates, D., Oates, J. ve McDonald, H. (1997). Excavations at Tell Brak. Vol.1:The Mitanni and Old Babylonian Periods. London: Cambridge, McDonald Institute Monographs.
- Ökse, A.T. ve Görmüş, A. (2006). Excavations at Salat Tepe in the Upper Tigris Region: Stratigraphical Sequence and Preliminary Results of the 2005-2006 Seasons. *Akkadica*, 127(2), 167-197.
- Ökse, A.T. ve Görmüş, A. (2013). Salat Tepe 2005-2008 Kazıları. In Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ve Diyarbakır Müzesi Müdürlüğü (derl.), *Ilisu Barajı ve Hes Projesi Arkeolojik Kazıları 2004-2008 Çalışmaları* (s. 163-200), Diyarbakır.
- Ökse, A.T., Alp, A.O., Dağ, H.U., Engin, A., Görmüş, A. ve Mustafaoğlu, G. (2001). Salat Tepe 1999 Yüzey Araştırması. In N. Tuna, J. Öztürk ve J. Velibeyoğlu (Eds.), *Ilisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 1999 Yılı Çalışması* (s. 593-641). Ankara: ODTU-TAÇDAM.
- Ökse, A.T., Erdoğan, N., Görmüş, A. ve Atay, E. (2014). *Ilisu Barajı İnşaat Sahası Kurtarma Projesi I: Demir Çağı/Salvage Project The Construction Area of The Ilisu Dam I: The Iron Age*. Mardin: Mardin Müzesi.
- Parker, B.J. (1997). The Northern Frontier of Assyria: An Archaeological Perspective. In S. Parpola ve R.M. Whiting (Eds.), *Assyria 1995* (s. 217-244), Proceedings of the 10th Anniversary Symposium of the Neo-Assyrian Text Corpus Project, Helsinki.
- Parker, B.J. (2001). *The Mechanics of Empire*. The Northern Frontier of Assyria as a Case Study in Imperial Dynamics. Neo-Assyrian Text Corpus Project, Helsinki.
- Parker, B.J. (2003). Archaeological Manifestations of Empire: Assyria's Imprint on Southeastern Anatolia. *American Journal of Archaeology*, 107(4), 525-557.
- Parker, B.J., Creekmore, A., Dodd, L.S., Meegan, C. vd. (2003). The Upper Tigris Archaeological Research Project (UTARP): a Preliminary Report from the 2001 Field Season. *Anatolica*, XXIX, 103-174.
- Pearce, J. (2000). The Late Chalcolithic Sequence at Hacinebi Tepe, Turkey. In C. Marro ve H. Hauptmann (Eds.), *Chronologies des pays du Caucase et de l'Euphrate aux IV^e-III^e millénaires, actes du colloque international organisé par l'Institut français*

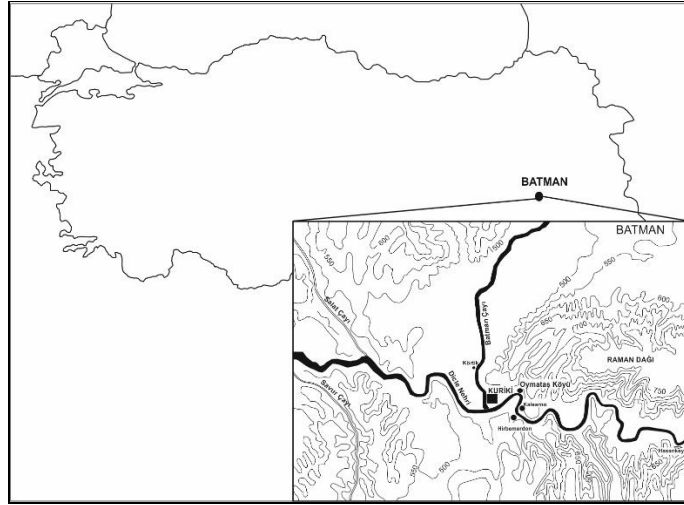
d'études anatoliennes d'Istanbul, 16-19 Décembre 1998 Varia Anatolica XI (s. 115-143). Paris: De Boccard.

- Pedde, F. (2001). Development and Expansion of Near Eastern Fibulae in the Iron Age. In R. Eichmann ve H. Parzinger (Eds.), *Migration und Kulturtransfer. Der Wandel vorder-und zentralasiatischer Kulturen im Umbruch vom 2.zum 1.vorchristlichen Jahrtausend, Akten des Internationalen Kolloquiums*. Berlin, 23. bis 26 November 1999 (s. 485-496). Bonn: R. Habelt.
- Pfälzner, P. (1995). *Mittanische und Mittelassyrische Keramik*. Eine Chronologische, Funktionale und Produktionsökonomische Analyse. Berlin: Dietrich Reimer Verlag.
- Pollock, S. ve Coursey, C. (1995). Ceramics from Hacinebi Tepe: Chronology and Connections. *Anatolica*, XXI, 101-141.
- Postgate, C., Oates, D. ve Oates, J. (1997). *The Excavations at Tell al Rimah: The Pottery*. Iraq Archaeological Reports 4. London: The British School of Archaeology in Iraq and the Directorate of Antiquities by Aris & Phillips Ltd.
- Pruß, A. (2010). *Die Amuq-Terrakotten*. Untersuchungen zu den Terrakotta-Figuren des 2. und 1. Jahrtausends V.Chr. aus den Grabungen des Oriental Institute Chicago in der Amuq-Ebene, Subartu XXVI. Turnhout: Brepols.
- Pulhan, G. ve Blaylock, S. (2013). New Excavations at the Late Bronze Age and Iron Age Site of Gre Amer on the Garzan River, Batman Province. In K.A.Yener (Ed.), *Ancient Near Eastern Studies 42, Across the Border: Late Bronze-Iron Age Relations Between Syria and Anatolia* (s. 393-419). Proceedings of a Symposium held at the Research Center of Anatolian Studies, Koç University, Istanbul, May 31 - June 1, 2010. Leuven: Peeters.
- Sağlamtimur, H. ve Kalkan, E. (2015). Late Chalcolithic Potter Assemblage from Başur Höyük. *Arkeoloji Dergisi*, XX, 57-88.
- Schachner, A. (2003). From the Bronze to the Iron Age: Identifying Changes in the Upper Tigris Region. The Case of Gricano. In B. Fischer, H. Genz, E. Jean ve K. Köroğlu (Eds.), *Identifying Changes: The Transition from Bronze to Iron Ages in Anatolia and its Neighbouring Regions*, Proceedings of the International Workshop İstanbul, (November 8-9, 2002), (s. 151-163). İstanbul: Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Schachner, A. (2004). 2001 Yılı Giricano Kazıları, In N. Tuna, J. Greenhalgh ve J. Velibeyoğlu (Eds.), *Ilisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 2001 Yılı Çalışması* (s. 505-546). Ankara: ODTU-TAÇDAM.
- Schwartz, G.M. (1988). *A Ceramic Chronology from Tell Leilan: Operation I*. New Haven, London: Yale University Press.
- Sevin, V. (1988). Elazığ Yöresi Erken Demir Çağı ve Muşkiler Sorunu. *Höyük*, 1, 51-63.
- Şenyurt, S.Y. (2002). Aşağı Salat 2000 Yılı Kazısı, In N. Tuna ve J. Velibeyoğlu (Eds.), *Ilisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 2000 Yılı Çalışmaları* (s. 671-697). Ankara: ODTÜ-TAÇDAM.
- Tekin, H. (2004). Hakemi Use 2001 Yılı Kazısı İlk Sonuçları. In N. Tuna, J. Greenhalgh ve J. Velibeyoğlu (Eds.), *Ilisu ve Kargamış Baraj Gölleri Altında Kalacak Arkeolojik ve Kültür Varlıklarını Kurtarma Projesi 2001 Yılı Çalışması* (s. 425-462). Ankara: ODTU-TAÇDAM.

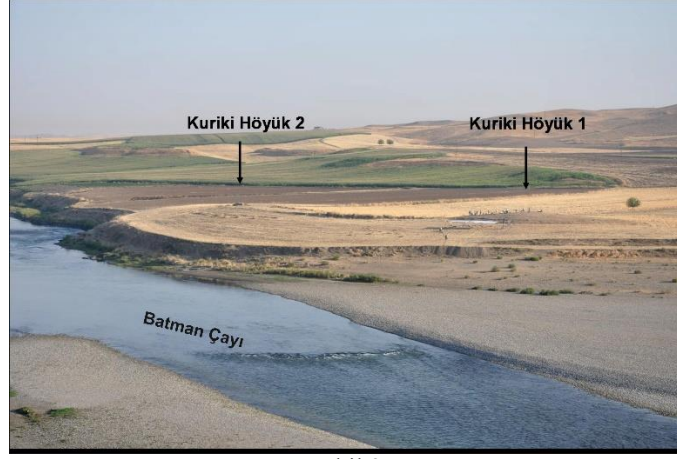
Waldbaum, J.C. (1983). *Metalwork from Sardis: The Finds Through 1974*. Cambridge Mass: Harvard University Press.

Şekillerin Listesi

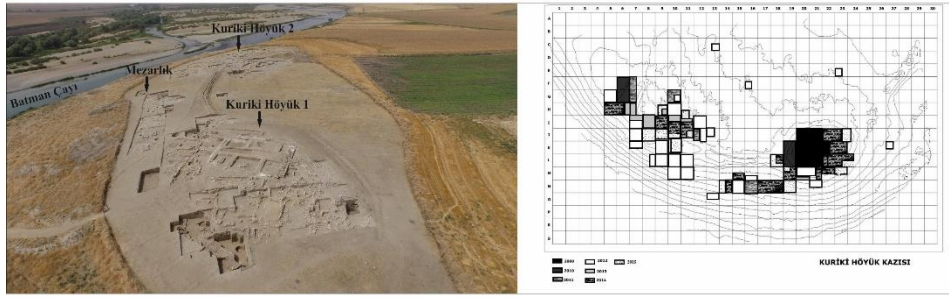
- Şekil 1: Kuriki Höyük ve çevresini gösterir harita.
Şekil 2: Kuriki Höyük'e güneyden bakış.
Şekil 3: Kuriki Höyük kazı alanları ve topografik harita.
Şekil 4: Kuriki Höyük 1'de Geç Kalkolitik Dönem ve Geç Kalkolitik Dönemden Erken Tunç Çağı'na Geçiş'e ait mimari kalıntılar.
Şekil 5: Geç Kalkolitik Dönem fırınlarının çevresinden ele geçen bitüm kalıntıları.
Şekil 6: Geç Kalkolitik Dönem çekiç başlı kâseler (a-b), omurgalı pişirim kapları (c-d), Uruk tipi kaplar (e-h) ve Geç Kalkolitik Dönemden Erken Tunç Çağı'na Geçiş'e ait Ninive V tipi kaplar (i-m).
Şekil 7: Geç Tunç Çağı kapları (a-d), Erken Demir Çağı kapları (e-f) ve Orta/Geç Demir Çağı kapları (g-l).
Şekil 8: Kuriki Höyük 1, Ana bina ve depo odası (II. tabaka), Demir Çağı mimarisi (III. tabaka).
Şekil 9: Kuriki Höyük 2, Demir Çağı mimarisi.



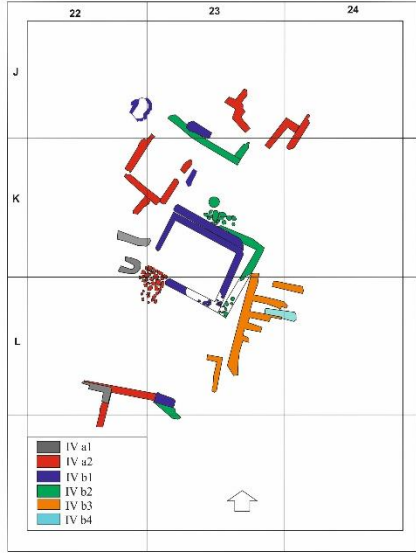
Şekil 1



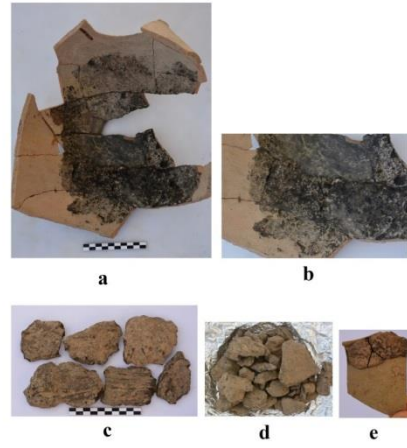
Şekil 2



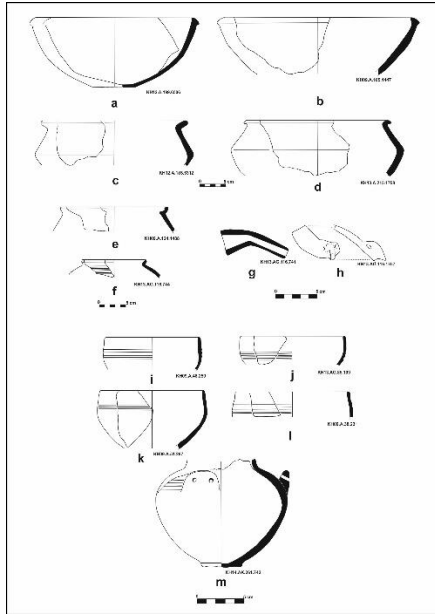
Şekil 3



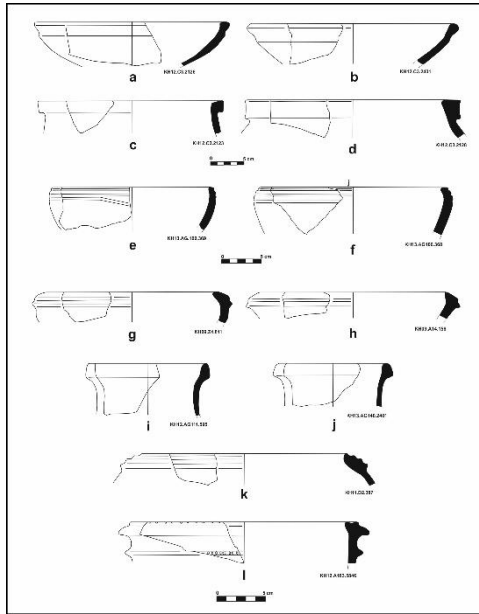
Şekil 4



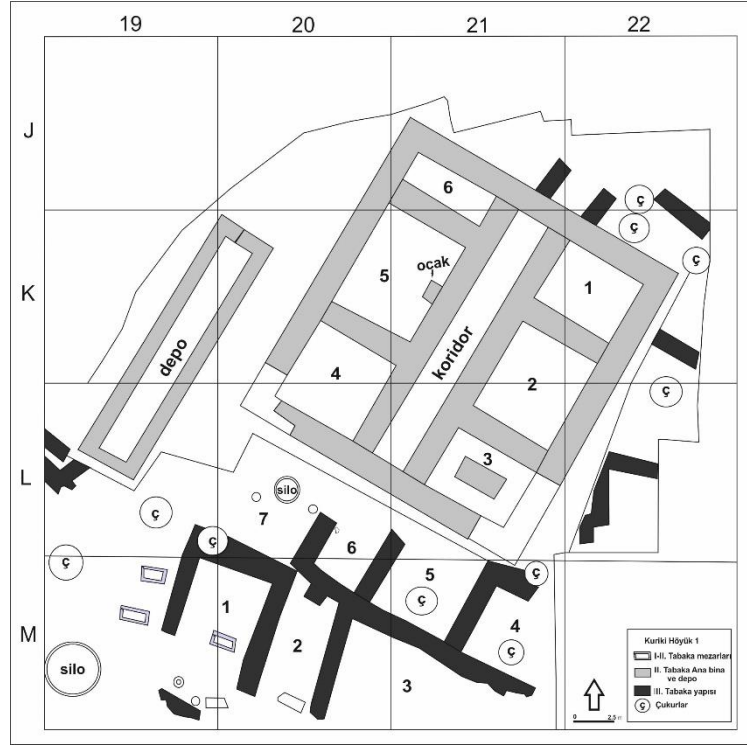
Şekil 5



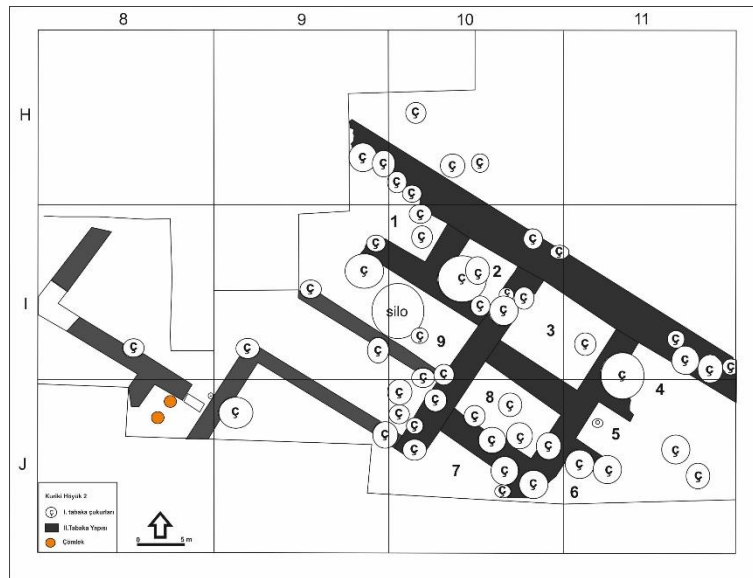
Şekil 6



Şekil 7



Şekil 8



Şekil 9

KUTSAL MEKÂNDAN IŞIĞIN TANRI METAFORU

Zahide SALAN¹

Fehime Yeşim GÜRANİ²

ÖZ

Metafor, bir olgunun benzeşim/ çağrışım yoluyla başka bir olguya işaret etmesini ve böylelikle bir gerçekliğin ulaşılabılır anlaşılır olmasını sağlayan kurgudur. Öznenin fiziki çevresini alımlamaya başladığı dönemden bugüne değin olan süreçte değerlerini, inanışlarını ve toplumsal normları çeşitli metaforlarla mekânlarına yansıttığı görülmektedir. Tanrı ve ışığın metaforik özdeşleştirilmesi de, öznenin çevresinde ürettiği işaretler ve onlara yüklenen ikincil anlam imgeleriyle bu tarihi süreci izlemiştir. Işığın fiziksel/ maddi dünyanın bir parçası olmaktan çıkıp, anlam ve duygu üreten bir sembol haline gelişini irdeleyen bu çalışmanın amacı, kutsal mekanlarda Tanrının varlığının ışık çözümlenmeleriyle somutlaştırılabilirliğini sorgulamak ve ışığın metafor olarak ilahi bir boyut oluşturduğu tasarım dinamiklerini keşfetmektir. Bu amaçla kapsamın birincil basamağında metafor, kutsal ve ışık kavramlarının bilgi kuramı açısından genel bir değerlendirmesi yapılmıştır. İkincil basamakta ise kutsal mekânlarda ışığın metafizik gerçekliği, mistik bir güç olarak kullanımı ve mekâna ruh yükleyerek manevi değer aktarımı, literatürdeki örnekler üzerinden incelenmiştir. Yöntem olarak göstergebilimi kullanan çalışmanın omurgası, kutsal mekanlardaki metafor olgusuyla kurulmuştur ve öznenin varoluşsal anlamı bu mekanlar üzerinden sorgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Metafor, Işık, Göstergebilim, Kutsal, Kutsal Mekân

DEITY METAPHOR OF LIGHT IN SACRED SPACE

ABSTRACT

Metaphor is the fiction which allows a phenomenon to suggest another one through resemblance or association and help reach or understand a reality. It follows that the subject reflects his values, beliefs and social norms upon places with a variety of metaphors in the process from the beginning when he perceived the physical environment around him. The metaphoric identification of light with god has followed such a historical course by means of the signs produced by himself and the images of secondary meanings he ascribed to them. The aim of the present study which discusses that light is not only part of physical/ material world but also becomes of meaning and emotion is to question embodiment of the divine existence in sacred places through light analyses and discover its design dynamics as a metaphor, for which a general assessment of metaphor, sacredness and light concepts is made in the first step of the related scope. The second step discusses the metaphysical reality of light in sacred places, its use as a mystical power and transfer of the spiritual value by replenishing the soul into space using related examples in the literature. The backbone of the present study using semiotics as a method was founded upon the metaphor phenomenon of sacred places by which to question existential meaning of the subject.

Keywords: Metaphor, Light, Semiotics, Holy, Sacred Space

¹ Arş. Gör., Toros Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, zahidesalan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1041-5165.

² Dr. Öğretim Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, yesimgurani@gmail.com, ORCID:0000-0002-5698-5289.

Received/Geliş: 02/04/2019 Accepted/Kabul:10/07/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Salan, Z., Gürani, F. Y. (2019), "Kutsal Mekânda Işığın Tanrı Metaforu", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı X, s.18-30.

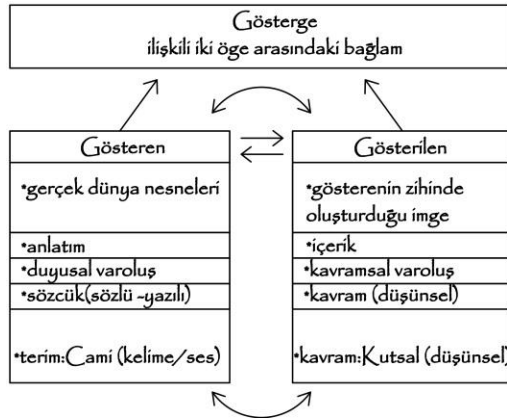
Giriş

Metafor, irrasyonelle rasyonel arasındaki ilişkiyi sağlayan, soyut ifadelerin anlaşılmasını kolaylaştıran bir göstergedir. Çeşitli örneklemi olan metaforlara, ilah inancına erim aracı sayılan bazı somut kavramlar örnek gösterilebilir.

Özne teolojiye dayalı psikolojik koşullanmayla erişemeyeceğini düşündüğü saflığın ve aşkın gücün arayışına girer. Maddenin ötesine çıkarak ruhlardaki uyanışı kurgulayan anlam yüklü ışık da öznenin bu arayışlarına, karşılık geldiği metaforlarla cevap verir. Mekân ışık sayesinde, plastik varlığının ötesine, simgelerle çıkar, varlığının ataletinden sıyrılıp, uhrevi boyutta yeni bir anlam kazanır. Böylelikle bir anlam tükenirken, yorumlanmış yeni bir anlam üretilir; görülemeyene, ışığa yüklenen kozmogonik değer ve imgelerle ulaşılmış olunur. Bu bağlamda çalışmada ağırlıklı olarak mekansal boyutta kutsal ve ışığın metaforlarıyla kutsala ulaşan öznenin mekansal davranışını irdeleneceğiz.

Gösterge - Metafor

Gösterge, saf bağlantısallık içeren gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi koordine eden, bir şeyin temsili ve onun tüm imgesel karşılığı olan olgu/ olaylardır. (Davranışlar, müzik notası, trafik ışıkları ...)



Şekil 1. Gösterge ve Bileşenlerini İfade Eden Tablo (Salan, 2018)

Yukarıdaki Şekil 1’ de anlatım düzlemindeki gösterenlerle içerik düzlemini oluşturan gösterilenler ifade edilmiştir. Somut bir örnek olan cami kelimesinin işitsel imgesi gösteren olurken, caminin inanan zihinlerdeki imgesi soyut bir ifade olan kutsal, gösterilendir.

Barthes göstergeyi şöyle örnekler: “ **Gül, normalde sadece bir çiçektir. Ama**

genç bir adam onu kız arkadaşına sunarsa, bu bir gösterge olur. Gül, burada genç adamın romantik tutkusuna gönderme yapmaktadır ve onun bu anlama geldiğini kız arkadaşı da kabullenmektedir” (Mutlu, 2012, s. 117).

Göstergeler anlam üretirler ve bu anlam toplumsal ve kültürel dinamiklerden türer. Örneğin; haç, Hristiyanlık inancıyla bütünleşmiştir ve karşılık geldiği anlam ifadelerinden biri de İsa peygamberin çarmıha gerilişinin tasviri olan bir göstergedir. Bu durum buna inanan tüm Hristiyan toplumları için aynı anlama ve değere sahiptir. Göstergebilim (semiyotik) ise, gösterge ve dizgeleri, onların anlam ifadesini, yorumlarını, kullanımını ve etkilerini dilbilimsel metotlarla araştıran bir bilim dalıdır. Kelimelerin/ olguların/ olayların ikincil anlamlarının kavranmasını ve ilk imge ile ikincil arasındaki ilişkiyi sağlayan bu bilim dalı, olguları dille ifade etmeye, edilemeyenleri de metaforla anlatmaya çalışır. Mimari disiplin perspektifinde ise göstergebilim; mimarinin anlamsal çözümleme, analiz ve yorumlama metodudur.

Pierce’ e göre üzerinde toplumsal uzlaşa sağlanan nesnel ve öznel tüm veriler göstergedir. *“Bir gösterge, bir kişi için, herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir bakımdan ya da herhangi bir sıfatla tutan şeydir” (Rıfat, 2014, s. 117).*

Özne, yapılı çevresinde algıladığı belirli objelere, kendisine ve ait olduğu topluluğun değer yargılarına göre simgesel anlamlar yükler. Nedensellik bağı ile kurulan bu simgesel göstergeler de toplumsal uzlaşa taşıdığı için kültüre özgüdür ve toplumsal hafızanın izlerini taşır. Mimari göstergeler/ semboller de buldukları yapılı çevre içerisinde, özne tarafından yorumlanacak, sosyokültürel kodlar taşırlar. Bu göstergeler, toplumsal uzlaşıyla oluşturulmuş dil ve mimari dizge aracılığıyla sahip oldukları kodların anlamlarını iletirler. Bu bağlamda, gelinen noktada, göstergebilim, anlamlama, düz anlam, yan anlam kavramlarını ve mimariyle olan ilişkilerini irdelemeliyiz.

Anlamlama; ‘gösteren’ ile gösterenin bireysel, toplumsal ve kültürel edimlerle algılandığında oluşan imgesi olan ‘gösterilen’ i işleyen bir süreç ve bu iki düzlem arasındaki bağıntıdır. Bu süreci yaşayan özne yapılı çevresinin fizyolojik etkilerinden, kendisine içkin psikolojik durumdan, ait olduğu toplumun izlerinden ve belleksel paradigmalardan etkilenir. Anlamlama sonucunda iki kelime/ durum arasında yalın bir benzerlik ilişkisi bulunuyorsa ve bu ilişki toplumsal uzlaşya dayanıyorsa iki kavram arasında düz anlam bağı vardır. Mimari alanda göstergelerin düz anlamı onu oluşturan dizgelerin işlevidir. Anlamlama sonucunda iki kelime/ durum arasında yoruma dayalı daha karmaşık bir gösteren – gösterilen ilişkisi varsa iki kavram arasında çağrışımsal yan anlam bağı vardır. Tözde bireysel kodların önemli olduğu yan anlam dizgesi; içinde özne faktörünü barındırdığı ve devinime sahip olduğu için çok katmanlı ve dinamik bir anlamlama türüdür. Örneğin; bir yapı tasarımının deneyimleyicideki ‘düz anlam’ ını konut, okul, kilise vs. gibi tanım ifadesini sağlayan işlevi oluştururken; ‘yan anlam’ ını ise ‘gotik manastırı kimileri için dönemin siyasi kaotikliğinden kaçınılan sığınak, kimileri içinse vaat edilen cennete açılan penceredir’ gibi işleve kurgulanan yorumların

kimliksel niteliklerini belirler.

Yan anlamı oluşturan işlemlerden biri '**metafor**' dur. Metafor, bir olgunun başka bir olgu üzerinden dolaylı anlatılması, benzetme yoluyla kendi anlamının dışında yeni bir anlam kazanmasıdır. Aşağıda Şekil 2'de bir ifadenin (X); metaforla yeni bir ifadeye (Y) dönüşümü gösterilmiştir. Metafor yoluyla oluşan bu dönüşümde iki ifade arasındaki ilişki, ilişkiye bağlı benzeşim ve çağrışım gibi faktörler etkilidir.



Şekil 2. Metaforla Sağlanan Dönüşümü Gösteren Tablo (Salan, 2018)

Riccoeur' a göre (1978) ise metafor, "iki farklı düşüncenin beraber işlendiği, birbirini etkimesi ve anlamını taşıdığı kelimeyle desteklenmesi sonucunda ortaya çıkan basit bir formüldür".

Dinamik bir analiz-sentez içeren metaforik bağlantı simge ve analogiyle kurulur ve mimari eser metaforlarla iletişim aracı haline dönüşür. Bu bağlamda mimari eser için yeni bir kavramsal karşılık, yeni bir imgelem, metaforların oluşturduğu bu yeni dille sağlanır. Bu bir süsleme değil, gerçekliğin gücünü tasvirlerle yeniden ifade etme aracıdır. Bir başka deyişle mimarlık; kodlar taşıyan dil gibi bir iletişim aracıdır ve mimari üslubun çok anlamlılığı taşıdığı metaforlarla ilişkilidir. Mimari bir eserde kullanılan metafora örnek vermek istersek; Perslerle olan savaşlarında taraf olarak karşılarında duran Karyalılardan intikam almak isteyen Yunanlılar, erkekleri öldürmüşler kadınları ise esir almışlardır. Ardından bakire esirleri herkesin önünde küçük düşürmüşler ve halklarının hatasını bu tutsak kadınların onurlarıyla ödetmişlerdir. Yunanlılar bununla da kalmayıp olayı mimari biçime taşımışlardır. Bugün dahi kullanılan Karyatit sütun yapı elemanı metafor olarak esaretin utancının ağır yükünü temsil eder (Şekil 3).



Şekil 3. Erekhtheion Tapınağı Karyatit Sütunları (Url-1)

Mimaride Göstergebilimsel Yaklaşımlar

Göstergebilim temelde bir dilbilim disiplini. Dil, bir toplumun ortak iletişim aracı olduğu için, bir paydada buluşan kültürel veriler, simgeler taşır. Bu bağlamda mimari nesne de, toplumun simgelerini, dolayısıyla toplumsal kültürü taşıdığı ve sayesinde iletişim sağlandığı için göstergebilimle ilişkilidir. Mimari yapıdaki göstergebilimsel yaklaşımlar bir topluluğun, bir kültürün ortak uzlaşısı, aynasıdır.

“Kilisenin içinin dört kısmı dört ana yönü simgelemektedir. Kilisenin içi evrendir. Mihrap doğuda yer alan cennettir. Tapınağın imparatorluk kapısı aynı zamanda cennet kapısı olarak adlandırılmaktaydı. Paskalya haftası boyunca bu kapı[...] açık bırakılmaktaydı. Bu âdetin anlamı[...] İsa mezarından kalktı ve bize cennetin kapılarını açtı. Batı bunun tersine derin acıların, karanlığının, ölümün gövdelerinin yeniden hayata kavuşmasını ve nihai yargılamayı bekleyen ölümlerin ebedi ikametgâhlarının bölgesidir” (Eliade, 1991, s. 42).

Mekânsal metaforları ifade eden yukarıdaki örnekte de görüldüğü üzere mimarlık bir anlamda, üreticisi olan öznenin ortak davranış biçimlerinin izdüşümü, mekâna dair ortak simgelerin yansımasıdır. Onun yapılı çevresindeki dizge ve dizimleri toplumsal bilinç ve bilinçaltı verilerini gösterir. Bu simgesel veriler de ortak bağ içerdiği için bireylerin aidiyet kurgusunu oluşturur.

Tasarımcı ya da deneyimleyici tarafından yapıda yaratılan semboller zamanda ve mekânda iletilir. Mekân; göstergelerle üretilen anlamla ve öznenin yeni anlamlar üretmesiyle uzamsal sınırlarından çıkar. Bir başka deyişle göstergebilimin nesnesi olan mimarlık, insanların davranışlarının etkileyebilecek düzeyde bir iletişim araca dönüşür ve böylelikle imgesel olanın somut olarak algılanmasını sağlar. Çalışmamızda da göstergebilimin yaratacağı somut algı; kutsal, kutsal ışık ve kutsal mekân üzerinden irdelenenektir.

Kavram Olarak Kutsal

Kutsal; Tanrı ve/ veya doğüstü alana ait, inananları üzerinde derin bir saygı hali oluşturan şey anlamına gelir. Bu olgu, yaratıcı tarafından kutsal olarak kabul edilen nesne/ mekân veya özne tarafından kutsal kabul edilen Tanrı/ kişi/ vasıf olabilir. Durkheim (2005, s. 431) kutsal; “gerçekte nesnenin kendisinde değil, onun kutsal olduğuna inanan insanın bilincinde yaşar” derken, Nasr (1995, s. 8) kutsalı; “varlığın oluştuğu, Baki'nin de fanideki doğrudan tecellisi” olarak tanımlar. Farklı disiplinlerdeki tüm kavramsal arayışlara rağmen kutsalın tezahürü için mutlak bir tanım mümkün değildir. Çünkü bu kavram topluluklar arasında kozmogonik farklar taşır. Ayrıca fenomenolojik açıdan incelendiğinde olağan bir realiteye indirgenemez. Olgu, öznenin bireysel seçimlerine veya içinde yer aldığı toplumun seçimlerine göre biçimlenir ve geleneği takip eder.

Kutsal Mekân

Kutsal mekân; *homo religiosus*³ için varoluşsal değere sahip, diğer tüm yerlerden niteliksel olarak ayrı tutulmuş, seçkin bir mekândır. Bu mekânın, doğaüstü bir nesnenin/ritüelin tanığı olduğu gerçeği, *homo religiosus*a algı dünyasının üstünde yeni bir obje/davranış tanımı sunar. Var olanı aşan yeni bir varlığın tezahür evi bu mekân, dini deneyimlemelerin yarattığı bir merkez noktayı oluşturur. Temsil nesnesiyle temsil edilen hakikatin birleştiği bu uzamsal alan sayesinde “*homo religiosus yaratılış eylemini yeniden yaşar ve dünyasını evrenselleştirir. Kutsal mekân [...] dünyanın kuruluşunu mümkün kılar. Uzayda kutsalın tezahür ettiği yerde hakiki kendini ifşa etmekte, dünya var olmaya başlamaktadır*”(Eliade, 1991,s.43).

Bir mekânda yaratıcı tarafından gönderilmiş bir işaret varsa ya da o yer bizzat yaratıcıya ayrılmışsa ya da yaratıcı yansımasını o mekânda göstermişse artık o mekân özne tarafından kutsal kabul edilmiş olur. Ve sonuç olarak dünya o mekân aracılığıyla bütüncül şekilde kutsallaşır. *Homo religiosus* için artık etken güç kendisini göstermiştir, bu yolla fanilikten kurtulup gerçek manaya ulaşılmıştır.

Kutsal mekân, kendi dışında kalan her şeyden maddi manevi ayrı, inanarı tarafından yüceltime, ulviyete dayandırılmış, içinde çeşitli alegorik öğeler barındıran mekândır.

Özne bu öğeler aracılığıyla gizemli ve erişilemez olana yaklaşır, yüce güçle ilişki kurar, yarattığı mekâna varlığından ruh ekleyerek yine kendi varlığını bulur, mana özüsüyle ilahi varlığın kesişimini sağlar ve benliğini evrenselleştirir. Ölümlü olanın üzerinde aşkın gücün kurduğu hükmün azamet hissi ve biat atmosferi sayesinde sınırlı dünyasında kendisini güvende hisseder. Yaratılan metaforlarla hissetmekten zevk aldığı ruhani bir huzurla aşkın güce ulaşır.

Kutsal Işık ve Gölge

Boşluğun ve doluluğun sınırlarını göstererek mekânın kimlik dokusunu algılatan fiziki aydınlık gücüne ışık denir. Işığın karanlığı hangi anlam arayışıyla yırtacağı, nasıl bir mimari sınır oluşturacağı öznenin var etmek istediği atmosferle ilgilidir. Salt fiziki verileri değil; düşünsel birtakım boyutları da içeren ışık sayesinde mekân, algısal olarak farklı bir karaktere bürünebilir. Dokunduğu yüzeye/ nesneye yaşamı, hareketi, aydınlığı; gölgede bıraktığı yüzeye/ nesneye de ölümü, ataleti ve karanlığı verebilir. Bu bağlamda ışık; yapının fiziki varlığına kattığı okunurluğun yanısıra tinsel bir atmosfer de yaratır diyebiliriz. Mekânda din fenomenolojisini temsil eden tinsel ve gizemli bir atmosfer yaratan bu ışık; kutsal ışıktır. “*Metafizikte ışık deyimi doğuda ve batıda gerek dinde, gerek gizemsel anlamlarda tanrısal ya da evrensel bilgiyle bu bilgiyi vereni nitelemek için kullanılır... Işık, ilk düşüncelerden beri kutsallığın ve içsel aydınlanmanın*

³ M. Eliade'ye göre (1991) *homo religiosus*; “anlam yükleyen”, inanç sahibi dinsel adamdır. *Homo religiosus* için mekân homojen ve durağan değildir. Kutsal mekân profandan (din dışı) üstün nitelikte bir varoluş sebebidir.

simgesidir” (Hançerlioğlu, 1996, s. 171).

Işığın, saydam olmayan bir obje tarafından engellenmesiyle ortaya çıkan karanlığa ise gölge denir. Ve ışık dokunduğu mekân üzerinde gölgenin ritmiyle yeni bir kompozisyon, yeni bir uzam oluşturur.

Tekil olarak herhangi bir fiziksel varlığı olmayan gölgeye, birçok kültürde insanlığın korkutucu ilkel yönü, bilinçdışının karanlık yüzü ve günah gibi göstergeler yüklenmiştir. Aşağıda yer alan tablo (Şekil 4) , Asurlular tarafından istilaya uğrayan İsrailoğullarından Yudit’in General Holofernes’e tuzak kurup, onu öldürmesini tasvir eder. Fondaki karanlık -koyu gölgeler ve figürlerdeki ışıkla Caravaggio, resimde üç metaforla üç karaktere işaret etmiştir: Erdem (halkını istiladan kurataran Yudit), cesaret (Yudit’in sağındaki Abra) ve günah (Yudit’in güzelliği ve hilesine kanan General Holofernes). Holofernes’in bedenindeki karanlık ve gölgeler suçu ile ölümü tasvir ederken, Yuhit’in yüzü, halkının intikamıyla aydınlanmıştır.



Şekil 4. Caravaggio’ nun Holofernes’in Başını Kesen Yudit Adlı Eseri (Url-2)

Kutsal Işık Elemanları

Kutsal mekanlarda gölge ve ışık yoluyla metaforik anlamlar kurgulayan mimari elemanlara değinecek olursak, mekanda güneşin geliş açısı ve şiddetine bağlı olarak şiirsel etki yaratan vitray ile genellikle Gotik dönemde gördüğümüz gül pencereden de bahsetmek gerekir. Vitray pencereler mekânda sadece şeffaflık için açılan boşluklar değil, aynı zamanda dini yapılarda tinsel anlamı oluşturan mistik ışık kaynaklarıdır. Görsel akışkanlık, süresiz hareket ve renkli saydamlıkla vitray, öznenin yaşamsal döngü arayışını yansıtır, dini mekân içinde ilahi/ aşkın gücün vurgusunu oluşturur. Işık vitrayla birlikte kozmogonik değer kazanır, mekânda mistik atmosferle yaratıcının taşıyıcılığını yapar. Bu anlamda vitray; metafor olarak Tanrıyı ifade eden ışık elemanıdır.

Farklı büyüklük ve renk örüntülerinde kullanılan gül pencerelerin “*genel ortaklığı ise kutsal ışığın geldiği dinsel kaynak olan kozmosun yarattığı devinimin dinsel mekânı anlamlandırmasıdır*” (Tokyay,2009). Kutsal kitaptan bölümlerin resmedildiği vitraylarla dolu gül pencere, geometrisinde de kutsal kitapta yer alan sembolik sayıları içerir. Bu öykülerin renkli camlara resmedilmesiyle okuma yazma bilmeyenler için bile

Tanrı ve onun ışıkla gelen varlığı görünür hale gelmiştir. Bu yapılardan biri olan Saint Denis Manastır Kilisesi'nde bulunan belgelerde Tanrı en üst özsel ışık (ışıkların babası) olarak tasvir edilirken, İsa ilk aydınlanan olarak tanımlanmıştır. Bu ifadelerle mekânda maddi bir varlık olan fani ışığın; aşkın gücün, asıl ışık kaynağının bir mimesisi olduğu vurgulanmıştır.



Şekil 5. On İki Havariyi Temsil Eden On İki Örüntünün Yer Aldığı Gül Pencere
(Url-3)

Üç semavi dindeki ışık elemanları ve sembollerine bakacak olursak; Musevilerin yedi kollu şamdanı olan **Menora**; metafor olarak Musevilik tarihi, adalet, hayat ağacı, tanrısal erdemler ve bilim gibi başlıklara karşılık gelmektedir. **Hanukiya** kandilindeki dokuz kol Tanrı'nın yaratılıştaki "ışık olsun" buyruğu, Tora'nın kutsal ışığı, adalet, merhamet, kutsallık, sevgi, sabır, cesaret ve yardımcı kavramlarının sembolüdür. Bir diğer ışık figürü, yanması ebedi kanun olan kandil **Ner Tamid**; Tanrının sonsuz varlığını ve ruhu temsil eder. Hristiyan inancında ise; gökteki rehber yıldızı simgeleyen tapınak lambası ile tanrının her yerde ve insanlara ışık oluşunu sembolleyen kilise mumu metafor ögesi olarak kullanılan elemanlardır. Müslümanlığın kutsal kitabı Nur suresi 35. ayetindeki,

"Allah, göklerin ve yerin nurudur. Onun nurunun misali, tıpkı içinde lamba bulunan bir kandile benzer. O lamba bir cam fanus/ cam sırça içindedir. Cam fanus ise, sanki inci gibi parlayan bir yıldızdır. Bu lamba [...] mübarek bir zeytin ağacından tutuşturulur. Bu öyle bir ağaç ki, neredeyse ateş değmeden de yağ ışık verir. Nur üstüne nurdur/ pırıl pırıldır" (Url 4)

ifadesiyle birlikte Tanrının tinsel varlığı ışığın metaforuyla ifade edilmiştir. Bu bağlamda camilerde özellikle mihrapta ve orta alanda kandiller ve lambalar kullanılmıştır.

Kutsal Işık – Tanrı Metaforuna Örnekler

Kutsal mekânlarda ışığın, ilahi güce ulaşım sağlayan bir metafor olarak kullanımını ve bu kullanımı sağlayan özneye ait içsel dinamikleri daha önceki bölümlerde ifade ettik. Şimdi geçmişten günümüze kadar süregelen kültürlerle ve kült yapılarla bu gözle bakacak olursak;

Anlam üreten ışıkla ilgili verebileceğimiz örneklerden biri Justinyen döneminde yapılmış Ayasofya'dır. Ayasofya (Kutsal Hikmet) için Roth (2000, s. 350-351) "*Sayılsız pencereden içeri akan, mozaik kaplı yüksek kubbelerden yansıyan parlak ışıklarla [...] sayısız lamba ve mumun titrek ışıklarının oluşturduğu atmosferde erken Hristiyan ve Bizans liturjisi dindışı ve dinsel düzenin kaynaşmasını ve göksel olanı yeryüzünde yaratma çabasını kutlamıştır*" demiştir.



Şekil 6. Ayasofya İç Mekânından Kubbe Işıklarının ve Mistik Atmosferin Görüldüğü Açılış a- (Url-5) , b- (Url-6)

"Tanrının varlığı, yapının merkezi mekânını vurgulayan ışığın kalitesinden ve yapının görsel anlamda hafif duyumsanmasından ortaya çıkmaktadır. Ayasofya'ya dair rivayetlerde kubbe tasarımının Tanrı tarafından gönderildiği, meleklerin de denetlediği söylenir" (Tokyay, 2009, s. 60). Bu bağlamda Roma İmparatorluğu döneminde inşa edilmiş Ayasofya, ışığın Tanrı metaforu için seçilebilecek önemli örneklerdendir.



Şekil 7. Tadao Ando-Işık Kilisesi (Url -7)

Zen budizmde mekândaki *boşluk* ve *an* kavramı, sonsuzluk hissi yaratması bakımından çok önemlidir. Ando'nun Işık Kilisesinde (Şekil 7) oluşturduğu geometri, kullandığı haç biçiminde ışık yarıkları ve brüt betonda oluşan gölgelerle kilise içinde gizemli bir atmosfer yarattığı görülür. Haç simgesiyle içeri alınan ışık ve geride kalanın loşluğu mekânda hem anlamsal hem de fiziksel karşıtlık yaratarak ilahi gücün somut ifadelerini kurgulamıştır.



Şekil 8. Ronchamp Şapelinden İç Mekân Görüntüsü (Url-8)

Meryem Anaya adanmış Le Corbusier'in tasarladığı Ronchamp Şapeli (Şekil 8) çatıyla duvarın birleştiği yerdeki ışık açıklığı sayesinde çatının havada duruyormuş gibi algılanmasını ve izlenimcide sonsuzluk içindeki aşkın gücün etkisinin uyanmasını sağlıyor. Çatı formu da analogik olarak dua eden eller ya da kutsal Meryem ve oğlunun tasvirine benzetilmektedir.



Şekil 9. TBMM Cami Dıştan ve İçten Görünümü a- (Url -9), b- (Url -10, Url-11) düzenlemiştir

Geleneksel camilerde, ilahi varlığı ve Müslümanların evrensel mesajını sembolize eden lambalarla çevrili mihrabın TBMM Caminde ışığı tamamen içeri alan şeffaf cepheyle çözümü gösterge olarak Tanrıyı ve onun nurunu kurgular. Mimarlar, cennet metaforu olarak betimlenen İslam bahçesi (gömülü arka bahçe) ile bu dünyayı simgeleyen ön avlu arasında ibadet mekânını konumlandırarak eşik mekân algısını yaratmışlardır. Mihrabın sol ve sağ yanında kalan ve göz hizasında tutulan şeffaf satıhla da yatay hâkimiyet sağlanmış ve İslam'ın gözlerin gökyüzüne çevrilmemesi gerektiği düşüncesine gönderme yapılmıştır. Bu camiye ilişkin Al Asad'ın (2001) “Ön avlu portikolarının kesişme kısmından yukarı çıkan merdiven, Sufî temasının bir uzantısıdır. Merdiven belirli bir noktaya çıkmaz, fakat tersine ‘hiçbir yere’ götürür” ifadesi de camide kullanılan mimari öğelerdeki metaforlara örnek oluşturur.

Çatının kademeli formu sayesinde açıklıklardan süzülen endirekt gün ve gece ışığı ile uçar gibi duran kubbe, Tanrı ile birebir ilişki kurulabilecek bir geçiş mekânı yaratmayı amaçlayan mimarların kullandığı ışık metaforu öğelerindedir.

Sonuç

Sosyokültürel normların ve içsel dinamiklerin karşılığı olan inancın somut veriye dönüşümü göstergeler aracılığıyla oluşur. Mekân, gösterge üretimi metaforlar sayesinde salt korunma sağlayan bir kabuk olmaktan çıkıp bir iletişim aracı ve sembol haline gelir. Bu bağlamda metaforlar, mekânın kültürel kodlarını taşıyan üretilmiş bir dildir. Kutsal mekân ise metafora dayalı empirik edimlerle öznenin varoluşsal kurgusunu gerçekleştiren ilahi bir oylumdur.

Özne Tanrıyı ve kutsalı daha anlaşılabilir hale getirmek, zihinsel kurgusunu oluşturabilmek ve ona yaklaşabilmek için duyusal semboller ve metaforlara ihtiyaç duyar. Bir başka deyişle soyut olanın algısı için somut olanın görüntüsüne gereksinim vardır. Bu süzülen bir ışık demeti, tasarlanmış bir karanlık ya da bir resim olabilir. Böylelikle dini duygularla etken hale gelen kavramsal varlıklar, mutlak tanımlı

nesnelerle somutlaştırılmış olur ve inanan bir kişi ancak bu yolla yaşamsal erimlerini tinsel bir yolculuğa dönüştürerek kendisini gerçekleştirir.

Tanrı ve kutsal, öznenin algısına ait fenomenlerdir. Dolayısıyla bu iki olguya ait metaforlar çok çeşitli, çok katmanlı olarak var olurlar. Dinlerdeki metaforlar, inanç sistemi içindeki iletişim dilini oluştururlar. Bu dil hem zihinsel hem duygusal kurguyu barındıran çağrışımlardır. Özne ile inandığı kutsal arasındaki köprü, çağrışımın kaynağı simgesellik aracılığıyla kurulur. Bir başka deyişle dini simgeler ve metaforlar; kutsalı özneye ulaştırır, ona indirger. İnanan kişi, böylelikle

- Dinin toplumlar arası dil kurgusunu kavrar.
- Mekânın tasarım verilerine dönüşmüş Tanrıbilimsel kodları algılar.
- Mekân içinde göksel olanın varlığını cisimleştirir.
- Metaforları kullanarak, ulaşılmaz olan aşkın güce ulaşır.
- Kozmostaki konumunu anlamlandırır.
- Varoluşunu gerçekleştirir.

Özne, dinin soyut halden (inanç), somut hale (ibadet/ ritüel, litürji) geldiği mekanlarda duygu dışavurumunu ışık yoluyla da gerçekleştirebilir, adeta bir mikrokozmos yaratır ve ilahi olana ulaşır. Böylelikle kutsal mekân ilettiği mesaj doğrultusunda bir gösterge haline gelir. Dini mekânda tasarım elemanı olarak kullanılan ışık ve gölge, gösteren kurgusunu oluştururken; somut verilerin karşılık geldiği tinsel olgular ya da başka kavramsal karşılıklar da gösterilen kurgusunu oluşturur. Zihinsel kurguyu içeren metaforlar ve bildirişim aracı olarak mimari dil, bir bütün halinde yeni bir anlam kurgular. Bu şekilde bir eser katmanlı, görülemez, bilinemez, ulaşılmaz olana, bilinen (ışık metaforu) aracılığıyla ulaşır.

Göstergelerin metafor yoluyla anlattığı içeriği, kutsal mekanlarda okumayı hedefleyen bu çalışmada Tanrının varlığının ışık çözümlenmeleriyle somutlaştırılabilirliği sorgulanmıştır. Öznenin varoluş motifinde yer aradığı kutsala; ışık yoluyla ulaştığı, bir başka ifadeyle ışığın metafor olarak ilahi bir boyut kurguladığı çeşitli inanışlara ait tasarım örnekleri incelenmiştir. Tüm bu veriler sonucunda, bireylerin ve toplumların ışık yoluyla da kutsalı ve aşkın gücü hissettikleri, iletişim ağı oluşturabildikleri ve varoluşsal - ruhsal doyumlarına mekânda bu sayede eriştikleri görülmüştür.

Kaynaklar

- Al Asad, M. (2001). *Geleneğin Kırılması*. İstanbul: Boyut Kitapları/ Çağdaş Türkiye Mimarları Dizisi 3, s. 121.
- Durkheim, E. (2005). *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*. Prof. Dr. Fuat Aydın (Çev.). İstanbul: Ataç Yayınları.
- Eliade, M. (1991). *Kutsal ve Dindışı*. M. Ali Kılıçbay (Çev.). Ankara: Gece Yayınları.
- Hançerlioğlu, O. (1996). *Felsefe Sözlüğü (18. Baskı)*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü (1. Baskı)*. İstanbul: Sofos Yayınları.

- Nasr, S. H. (1995). *Bir Kutsal Bilim İhtiyacı*. Şehabettin Yalçın (Çev.). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Rıfat, M. (2014). *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergibilim Kuramları 1: Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ricoeur, P. (1978). *The Rule of Metaphor*. Toronto: Universty of Toronto Press.
- Roth, L.M. (2000). *Mimarlığın Öyküsü*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Tokay, V. Z. (2009). *Mimarlığın Oluşumunda Saydamlığın Işığı*. İstanbul: Tasarım Yayın Grubu.

İnternet Kaynakları

- Url- 1 <https://www.uludagsozluk.com/k/karyatit/> , alındığı tarih: 26.05.18
- Url- 2 <https://www.sanatabasla.com/2012/05/06/judith-holofernesin-kafasini-keserken-judith-beheading-holofernes-caravaggio/> , alındığı tarih: 27.05.2018
- Url- 3 https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rose_window_Richmond.jpg , alındığı tarih: 27.05.2018
- Url- 4 <http://www.kuranmeali.com/AyetKarsilastirma.php?sure=24&ayet=35> , alındığı tarih: 01.03.2019
- Url - 5 <https://tr.pinterest.com/pin/166422148705359210/?lp=true> , alındığı tarih: 26.05.2018
- Url- 6 <https://tr.pinterest.com/pin/369787819396500307/?lp=true> , alındığı tarih: 04.11.2018
- Url- 7 <https://www.youtube.com/watch?v=7ZtfYOD5I8M>> , alındığı tarih: 21.05.2018
- Url- 8 <https://www.youtube.com/watch?v=7RIAvRKP3s> , alındığı tarih: 21.05.2018
- Url- 9 <http://www.akdn.org/architecture/project/mosque-of-grand-national-assembly>> , alındığı tarih: 28.05.2018
- Url- 10 <http://www.arkitera.com/proje/1815/tbmm-camisi>> , alındığı tarih: 28.05.2018
- Url- 11 <http://www.akdn.org/architecture/project/mosque-of-grand-national-assembly>> , alındığı tarih: 28.05.2018

İHRACATA DAYALI BÜYÜME HİPOTEZİ: POLONYA EKONOMİSİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA*

Volkan YURDADOĞ¹
Harun BAL²
Murat ALBAYRAK³

ÖZ

Dış ticaret ile büyüme arasındaki ilişkinin kökenini Adam Smith'in çalışmaları kadar eskide görebilmek mümkündür. Ancak bu değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalar özellikle 20. yüzyılın sonlarında küreselleşme olgusunun yaygınlaşmasıyla iktisatçıların dikkatini daha fazla çekmeye başlamıştır. Çünkü küreselleşme sürecinde ülkelerin dış ticaret hacimlerinin ciddi bir şekilde arttığı görülmüştür. Bu süreçten olumlu etkilenen ülkelerden biri de şüphesiz Polonya'dır. Çalışmamızda Polonya'yı seçmemizin önemli nedenleri mevcuttur. Bu nedenler gösterdiği ihracat ve büyüme performansındaki başarı ile yakın geçmiş ve gelecek açısından Avrupa Birliği'nin büyüme motoru olarak görülmesi, milli gelir ve ihracat açısından Türkiye ile benzer yapıda olması ve ülke nezdinde ihracata dayalı büyümeyi test etmeye yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olması şeklinde sıralanabilir. Çalışmada Polonya ekonomisi için ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerliliği 1995Q1-2017Q1 dönemleri arasında çeyrek dönemlik ihracat ve GSYİH verilerini kullanarak Johansen eşbütünleşme testi yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ihracat ile GSYİH arasında pozitif ilişkinin varlığını göstermektedir. Bu sonuca göre çeyreklik dönemler itibarıyla ihracatta meydana gelecek bir artış GSYİH'yi arttırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Büyüme, İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi

EXPORT-LED GROWTH HYPOTHESIS: AN APPLIED ANALYSIS ON THE POLISH ECONOMY

ABSTRACT

It is possible to see the origin of the relationship between foreign trade and growth as early as Adam Smith's work. However, the studies on the relationship between these variables began to attract the attention of the economists especially with the spread of the phenomenon of globalization at the end of the 20th century. Because, in the globalization process, the foreign trade volume of the countries has increased significantly. One of the countries affected by this process is undoubtedly Poland. There are important reasons why we chose Poland in our study. This is due success of the show as export and growth performance in recent history and be seen as a growth engine for the European Union in terms of the future, it can be listed as being limited number of studies intended to test and export-led growth in the country before being similar in structure to the national

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Maliye Bölümü, vyurdadog@cu.edu.tr, ORCID:0000-0002-7492-288X

² Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümü, harunbal@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-0878-8253

³ Arş. Gör., Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Maliye Bölümü, albayrakm@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-2375-1117

* Bu çalışma, 7-11 Kasım 2018 tarihleri arasında Antalya, Türkiye'de düzenlenen "IV. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kongresi (İSRC2018)" konulu bilimsel etkinlikte sunulan bildirinin gözden geçirilmiş, genişletilmiş ve yeniden düzenlenmiş halidir.

Received/Geliş: 16/04/2019 Accepted/Kabul: 18/07/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Yurdadoğ, V., Bal, H. ve Albayrak, M. (2019), "İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi: Polonya Ekonomisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.31-44.

income and exports in terms of Turkey. In this study, the validity of the export-based growth hypothesis for the Polish economy was analyzed by Johansen cointegration test using the quarterly export and GDP data between the periods 1995Q1-2017Q1. The findings show that there is a positive relationship between exports and GDP. According to this result, an increase in exports in quarterly terms increases the GDP.

Keywords: Foreign Trade, Growth, Export - Led Growth Hypothesis.

Giriş

Dış ticaret ile büyüme arasındaki ilişkinin kökeni iktisadın doğuşuna kadar eskiye dayanmaktadır. Bu ilişki ilk olarak Adam Smith tarafından incelenmiş, ardından yine Klasik iktisatçılardan David Ricardo, James Mill ve John Stuart Mill bu ilişki üzerine çalışmalar ortaya koymuşlardır. Dış ticaretin büyümenin motoru olduğu görüşü bu iktisatçılardan itibaren tartışma konusu olmuştur. Bu görüş Adam Smith'in uzmanlaşma kavramı ve David Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde mevcuttur. Ayrıca Michaley ve Feder'in çalışmaları da bu görüşü desteklemektedir (Gül ve Kamacı, 2012, s.82). Bu temel görüşlerin ardından ilerleyen yıllarda, özellikle 1980'den sonra küreselleşme ve uluslararası ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte dış ticaret hacimleri geniş olan ülkelerin ekonomik büyümeleri dikkat çekmiştir. Bu doğrultuda büyümede ivme yakalamak isteyen ülkeler dış ticareti genişletici politikalara önem vererek, bu ülkelerin ekonomileri giderek dışa açılmaya başlamıştır (Yalman, Işık ve Koşaroğlu, 2017, s.271).

Polonya gösterdiği ihracat ve büyüme performansı ile yakın geçmiş ve gelecek açısından Avrupa Birliği (AB)'nin büyüme motoru olarak görülmesi, ayrıca gerek milli gelir gerekse ihracat bakımından Türkiye ile benzer yapıda olması ve bu ülkede ihracata dayalı büyümeyi test eden çalışmaların az olması çalışmamızda Polonya'nın seçiminde önemli rol oynamıştır.

Çalışma Polonya ekonomi açısından ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerliliğini test etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda ikinci bölümde ihracata dayalı büyümenin teorik yapısı anlatılacak, üçüncü bölümde Polonya ekonomisinin ihracat ve büyüme göstergeleri üzerinde durulacak, dördüncü bölümde konuyla ilgili ampirik literatür incelenecek, beşinci ve altıncı bölümde çalışmanın ampirik yönü ortaya konularak son bölümde sonuç ve öneriler ile çalışma tamamlanacaktır.

İhracata Dayalı Büyüme

Dış ticaret politikaları ithal ikameci ve ihracata dayalı olarak iki başlık altında toplanabilir. Kısaca yurtdışından ithal edilen bir malın yurt içinde üretilmesi anlamı taşıyan ithal ikameci politika, yurtiçinde gerçekleştirilen üretimin uluslararası piyasalarda rekabet edebilir konuma ulaşmaya kadar devletin korumacı rol aldığı bir ticaret politikasıdır. Bu bağlamda devlet bir yandan döviz kuru politikalarıyla yeni kurulmuş sanayi dalları dış rekabetten korurken, ayrıca ithalatı azaltmak için de çeşitli kotalar ve yasaklar getirmektedir. Bu politikaları uygulayan devlet kısaca imalat sanayinin dışa bağımlılığını azaltmayı ve döviz tasarrufunu hedeflemiştir. Ancak imalat sanayinin dışa bağımlılığı, ihracat oranlarının düşüklüğü, dış ticaret açığının kapatılması için borçlanmaya gidilmesi, hükümetlerin uyguladıkları yanlış ve popülist politikalar, bebek endüstrilerin başarı gösterememesi ve döviz kuru ayarlamalarından ortaya çıkan bir rantiyeye sınıfının oluşması gibi çeşitli olumsuz nedenlerle ülkeler bu stratejiyi terk ederek

yeni arayışlar içerisine girmiş ve nihayetinde ihracata dayalı bir stratejiyi uygulamaya başlamışlardır (Sağlam ve Egeli, 2016, s.518).

İhracata dayalı sanayileşme stratejisinde ihracatın artması büyümeye neden olan faktörlerden biri olarak görülmekte ve ülkelerin büyümesi sadece ekonomideki emek ve sermaye değil, aynı zamanda ihracat artışının da bir fonksiyonu olduğu dile getirilmektedir (Özcan ve Özçelebi, 2013, s.2).

İhracata dayalı sanayileşme stratejisi ülkelerin kendi mevcudiyetinde sahip oldukları en bol kaynakları kullanarak ithal edilecek malların yerine ihraç edilecek malların kullanılmasını öngören dışa dönük bir kalkınma stratejisidir. Bu stratejinin tercih edilmesindeki ana unsur ülkedeki mevcut kaynakların ihracata yönelik üretim gerçekleştiren sektörlerle kanalize edilmesi yoluyla toplam ihracatın artırılmasıdır. Bu doğrultuda ihracata dayalı sanayileşme stratejisinin felsefesi, karşılaştırmalı üstünlüğü bulunan sektörlerde bir takım makro araçların da yardımıyla bir arz fazlasının sağlanması ve bu arz fazlasının da çeşitli dünya ülkelerine ihracatının gerçekleştirilmesidir (Züngün ve Dilber, 2010, s.224).

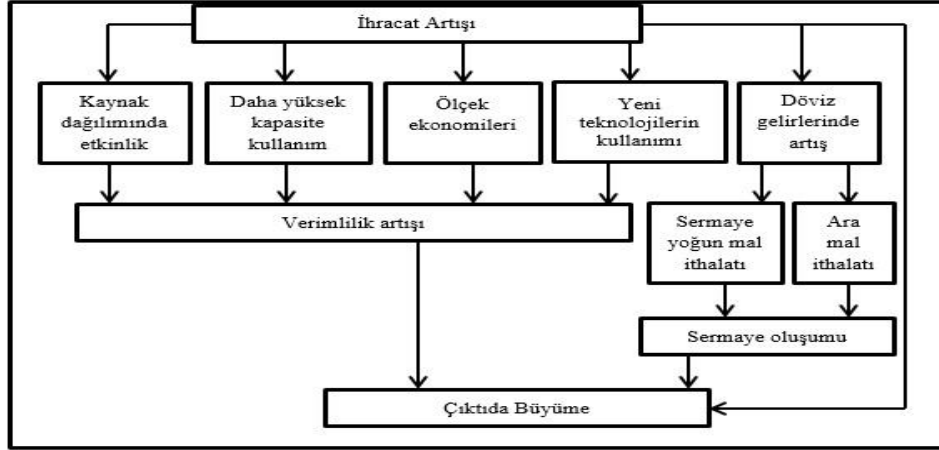
Yapılan tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere ihracata yönelik sanayileşme stratejisinin gerçekleştirilebilmesi için iki faktörün gereklidir. Birincisi, ihracatı yapılmak üzere mal ve hizmet fazlasının üretilmesi, ikincisi de bu fazlanın dünyadaki rekabet şartlarına ayak uydurarak mevcut fiyatlar düzeyinde satışının sağlanabilmesidir (Karagöz, 2011, s.4).

İktisada konu olan temel konulardan biri, bir ülkenin ekonomik büyüme oranını nasıl hızlandırabileceğidir. İhracatın teşvik edilmesi, mal ve hizmet üretimini teşvik ettiğinden, bu sorunun cevaplarından biri ihracat kanalından geçmektedir. Bu durum, literatürde ihracata dayalı büyüme hipotezi olarak bilinir. Çünkü ihracat olumlu bir şekilde çıktı büyümesini artırmaktadır (Panas ve Vamvoukas, 2002, 731). İhracattan ekonomik büyümeye uzanan nedensellik, ihracata dayalı büyüme olarak ifade edilmekte, bu da bir ülkenin büyümesinin ihracat yeteneğinden kaynaklandığı bir durumu temsil etmektedir (Tang, Lai ve Öztürk, 2015, s.229).

İhracatın büyüme üzerindeki etkileri dört ana koldan incelenebilir. Birincisi, Keynesgil yaklaşım çerçevesinde ihracattaki artışın dış ticaret çarpanı vasıtasıyla gelir artışını sağlamasıdır. İkincisi, ihracat neticesinde kazanılan dövizin büyümeyi tetikleyecek ara malı, sermaye malı ve teknolojinin ithalatının finansmanına kaynak sağlamasıdır. Üçüncüsü, oluşacak rekabetin ölçek ekonomilerinin ortaya çıkmasına, teknolojiye hızlı bir ilerleme sağlamasına ve nihayetinde büyümeye yol açacağıdır. Son olarak ise ihracatın artmasıyla bu sektörlerde daha etkin yönetim ve üretim tekniklerinin gelişmesiyle birlikte ekonomide pozitif dışsallıklar ortaya çıkacaktır (Özcan ve Özçelebi, 2013, s.3).

Şekil 1'de ortaya koyulduğu gibi ihracat değişik kanallardan büyümeyi etkileyebilmektedir (Giles ve Williams, 2000, s. 263; Riberio vd., 2016; Bal ve Akça, 2017, s.139);

• İhracat yurt içindeki üretimi artırarak istihdama ve çıktıya direkt olarak pozitif katkı sağlamaktadır.



Şekil 1: İhracat Aktarım Mekanizması

Kaynak: Küçükaksoy vd., 2015, s.694

- Döviz gelirlerine katkı sağlayan ihracat aynı zamanda sermaye malı ve ara malının ithalatını kolaylaştırarak ülkedeki sermaye birikimini ve neticesinde çıktıyı artırmaktadır.
- İhracat promosyonu ayrıca, yerel para biriminin aşırı değerlenmesine yol açan kontrolleri de ortadan kaldırmaktadır.
- İhracatta meydana gelen artış uzun dönemde ölçek ekonomilerinin gelişmesini sağlayarak teknik bilginin ülkeye kazandırılmasını ve kullanılmasını kolaylaştırmaktadır.
- İhracattaki artış nispeten verimsiz ticaret dışı sektörlerden daha yüksek verimli ihracat sektörlerine yönelerek kaynak dağılımında etkinliği sağlamakta ve kapasite kullanım oranının yükseltilmesini de beraberinde getirerek çıktı artışına katkı sağlamaktadır.
- İhracatta meydana gelen bir artış firmalar arasında rekabeti artırarak çıktıda kaliteyi geliştirme ve maliyetleri azaltma eğilimini artırmaktadır.
- İhracat artışının beraberinde getirdiği çıktı artışı firmaları yeni ve daha büyük pazarlara yönlterek daha da büyümelerine katkı sağlamaktadır. Firmaların dışa açıklığının artmasıyla birlikte artan talep baskıları neticesinde üretim ve beraberinde satışlar artmaktadır.
- İhracat artışı aynı zamanda rant kollama eğilimlerini azaltmaktadır.
- İhracat artışının beraberinde gelişen büyüme artış hızına sahip ülkeler olası bir olumsuz dış şoklara karşı koymada daha başarılı olabilmektedir.
- Dışa yönlendirme, kalkınma için harici sermayenin kullanılmasını mümkün kılar ve borç servisine yardımcı olabilir.

Özetleyecek olursak, ihracatın genişlemesi ve dış pazarlara açıklık, sağladığı pozitif dışsallıklar nedeniyle ekonomik büyümenin kilit belirleyicisi olarak görülmektedir. Örneğin büyüyen bir ihracat sektöründeki firma verimli kaynak tahsisi, daha fazla kapasite kullanımı, ölçek ekonomilerinin kullanılması ve dış pazar rekabetinin teşvik ettiği artan teknolojik yenilik gibi faydalardan yararlanabilmektedir. İhracat ayrıca ara malların daha fazla ithalatına olanak tanıyan ve dolayısıyla sermaye oluşumunu arttıran ve böylece de üretim artışını teşvik eden döviz sağlayabilir (Awokuse, 2006, s. 389-390).

Polonya’da İhracat ve Milli Gelir Göstergeleri

Polonya önemli ölçüdeki yüzölçümü, nüfus ve ekonomik potansiyeli ile orta büyüklükte bir Avrupa ülkesidir. Son zamanlarda ülkenin milli gelirinin gözle görülür bir şekilde artış hızı yakalaması dünya ekonomisindeki önemini ve payını hızla yükseltmektedir. Ülkenin özelleştirme uygulamalarına başvurması, Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkeleri arasında en fazla doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına ev sahipliği yapan ülke unvanını kazanmasına neden olmuştur. Ülkede 1989 yılının akabinde izlenen ‘Balcerowitz Planı’ ile birlikte serbest piyasa ekonomisine geçiş uygulamaları başlamıştır. Uygulanan politikalar sonucunda ister istemez ilk etapta enflasyon ve işsizlik artmıştır. Ancak yıllar itibariyle bu göstergeler normal seviyelerinde seyretmeyi başarmış ve 2002 yılı itibariyle hızla artan bir iyileşme gözlemlenmiştir. Ülkenin ihracat performansı GSYİH artışında önemli bir paya sahip olmuştur. Artış gösteren büyüme hızında iç talebin güç kazanması, özel tüketim ve sabit yatırımların artması etkili olan diğer faktörler olarak gösterilebilir (Ticaret Bakanlığı, 2019).

Polonya ekonomisinin dönüm noktalarından birisi şüphesiz 1 Mayıs 2004 tarihinde Avrupa Birliği (AB)’ne üye olarak kabulüdür. Polonya bu tarihten sonra ekonominin modernizasyonu, yaşam standartlarının yükseltilmesi ve işsizliğin azaltılması gibi konularda kayda değer ilerlemeler sağlamış, makroekonomik istikrar ile birlikte yüksek büyüme hızları gerçekleştirmiştir. Polonya’nın tam üyeliğinin ardından diğer AB ülkeleriyle olan ticareti %70 oranında artmıştır. Bu artış sadece AB ülkeleriyle kalmamış birliğe dahil olmayan diğer ülkelerle olan ticaretine de yansımıştır. (Ticaret Bakanlığı, 2019). 2008 yılında meydana gelen küresel kriz neticesinde ilgili göstergelerde düşüş yaşanmaya başlasa da ülke ekonomisi kısa sürede toparlanma eğilimine girerek göstergelerinde iyileşme sağlamıştır.

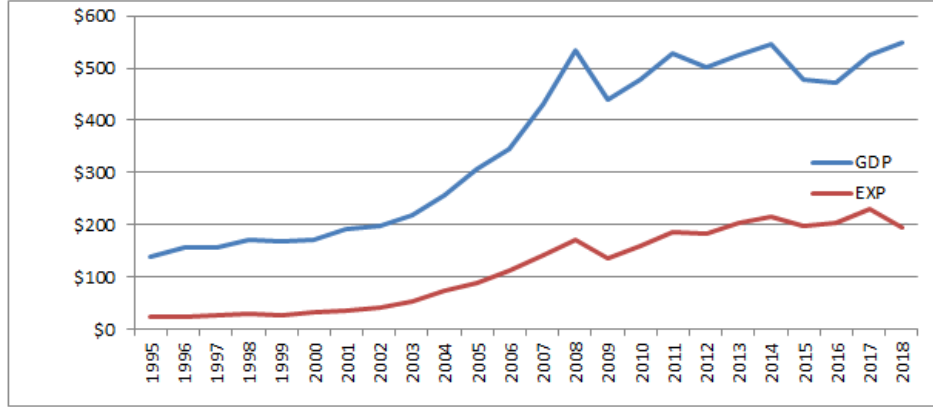
Tablo 1: Polonya’da GSYİH ve İhracat Göstergeleri (milyar \$)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
GSYİH	139,089	156,684	157,183	172,05	167,799	171,276	190,43	198,679	217,514	255,284	306,145	344,759
İhracat	22,890	24,389	25,708	28,407	27,335	31,684	36,159	41,032	53,699	74,828	89,245	110,941
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
GSYİH	429,473	533,8	440,14	479,161	528,571	500,846	524,399	545,074	477,347	471,173	524,833	549,478
İhracat	140,338	170,998	136,786	159,829	187,151	183,523	202,107	216,666	198,232	203,936	230,793	194,562*

Not: 2018* verisi Eylül ayı sonundaki rakamları yansıtmaktadır.

Kaynak: Veriler IMF (2019a, 2019b) (<http://data.imf.org/regular.aspx?key=61545859> ve <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/POL>) veri tabanından elde edilmiştir.

Tablo 1 ve Şekil 2 Polonya’da ihracat ve milli gelirin gelişimi 1995-2018 dönemi baz alınarak verilmiştir. Verilerden de görüleceği üzere ilgili dönemde Polonya’nın ihracatı yaklaşık 10 kattan daha fazla artış gösterirken, beraberinde GSYİH’sı ise yaklaşık 4 kat artış göstermiştir.

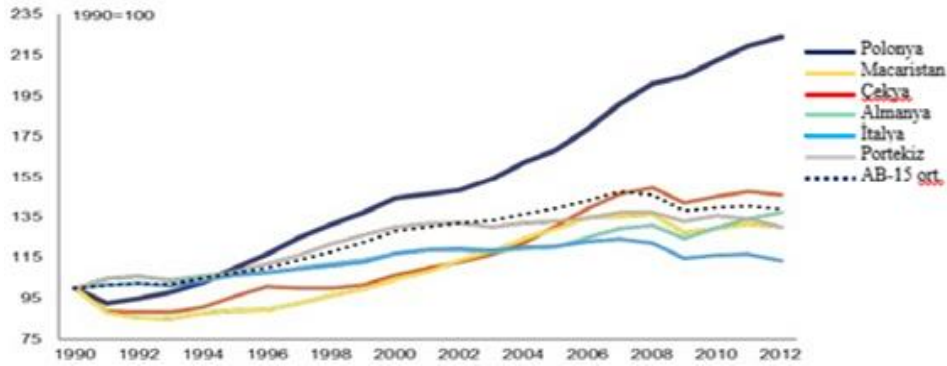


Şekil 2: Polonya'da GSYİH ve İhracat Göstergeleri (milyar \$)

Kaynak: Veriler IMF (2019a, 2019b) (<http://data.imf.org/regular.aspx?key=61545859>) ve <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD/POL> veri tabanından elde edilmiştir.

Merkezi planlamanın sona ermesinden yirmi beş yıl sonra, Polonya dikkate değer ekonomik ilerleme kaydetmiştir. Şekil 3'de de görüleceği gibi kişi başına düşen GSYİH, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan gibi bölgesel akranlardan daha iyi performans göstererek bu ülkelere kıyasla iki kattan fazla gerçekleşmiştir. Ayrıca ülke ekonomisinin büyüklüğü, özellikle 2004 yılında AB'ye üye olduktan sonra Almanya, İtalya ve İspanya gibi Batı Avrupa ülkelerine oldukça hızlı bir şekilde yaklaşmıştır. Polonya ekonomisinin etkileyici büyümesine, uluslararası ticaret de aynı derecede etkileyici bir genişleme eşlik etti. Son 25 yılda Polonya'nın ihracatı ve ithalatı GSYİH'nin bir yüzdesi olarak ikiye katlandı. 1995'den 2012 yılına kadar geçen sürede ülkenin dünya ihracatındaki payı, dünya mal ihracatının% 1'ine ve hizmet ihracatının% 0,87'sine ulaştı. Ancak net ihracatın büyüme unsuru olarak rolü zaman içinde değişmiştir. Dönüşümün ilk on yılında net ihracatın büyümeye olan yıllık ortalama katkısı, özellikle yatırım dahil olmak üzere iç talebin güçlü bir şekilde artması nedeniyle olumsuz olmuştur. Bu durum büyüme hızının ivme kazanmasının başlangıç aşamasında oldukça normaldir. 2000'li yılların başında ve ülkenin AB katılımından sonra, net ihracatın reel GSYİH büyümesine pozitif ve daha tutarlı bir şekilde katkıda bulunmaya başlamasıyla durum değişmiştir. (Bogumil ve Wieladek, 2014, s.2).

Post komünist Doğu Avrupa ülkeleri arasında en sağlıklı ekonomiye sahip ülke olarak değerlendirilen Polonya, 2009 yılındaki küresel mali kriz öncesindeki beş yıllık dönemde ortalama % 5 oranında GSYİH büyüme oranı yakalamıştır ki bu oran söz konusu dönemde 27 üyeli AB ortalamasının (% 2.3) yaklaşık iki katı seviyesindedir. Bu veriler ışığında Polonya, yabancı sermaye yatırımları ve ihracata dayalı büyüme ile birlikte 2011 yılında AB ülkeleri arasında 6. büyük ekonomi konumuna ulaşmıştır (DEİK, 2011, s.4).



Şekil 3: Satın Alma Gücü Standardına Göre Kişi Başına Düşen GSYİH (1990=100)

Kaynak: Bogumil ve Wieladek, 2014, s. 2

Polonya'da ekonomik büyüme 2018-19 yıllarında yavaşlamaya başlamadan önce 2017 yılında %4.6 seviyelerinde gerçekleşmiştir. Polonya'nın mal ihracatı hem kompozisyon hem de destinasyon (varış ülkesi) bakımından çeşitlendirilmiş ve ihracat maliyetleri ılımlı seyrederken ve euro bölgesi talebi güçlenerek ihracat performansı son yıllarda artmaya devam etmiştir. Polonya'nın dünya ihracatındaki payı 2000 ve 2009 yılları arasında önemli ölçüde artmış, mallarda ihracat pazar payı 0,6 puan ve hizmetlerin pazar payları ise 0,3 puan artmıştır. Küresel finansal ve ekonomik kriz ihracatın büyümesi üzerinde olumsuz bir etki meydana getirirken, 2012 yılına gelindiğinde Polonya dünya ihracatında hizmet sektöründeki pazar payı dengeli bir seyir izlerken malların ihracat pazar payı sadece ılımlı bir şekilde düşmüş olan birkaç AB ülkesinden biridir (çoğu ülkede şiddetli düşüşler görülmüştür). GSYİH'nin payı olarak mal ve hizmet ihracatı 2013 yılında% 46,3'ten 2016'da% 52,3'e yükselmiştir 2000-2012 yılları arasında malların ihracat performansı, ilk ürün uzmanlaşmasına, ilk coğrafi uzmanlaşmaya, coğrafi destinasyonlardaki ihracat artışlarına ve ürün pazarlarındaki ihracat artışlarına bölünebilir. Polonya ticaretinin coğrafi bileşiminin analizini bir kenara bırakırsak, 2000 yılında ilk ürün uzmanlığı, Polonyalı ihracatçılar için uygun değildi. Polonya, düşük küresel büyümeye (kağıt, ahşap, giyim eşyası, makine, elektrikli ekipman ve araçlar) sahip olan ürünlerde yoğun bir şekilde uzmanlaştı ve yeni, yüksek oranda yenilikçi ve hızlı büyüyen ürün pazarlarına dokunamadı. Bununla birlikte, coğrafi ve ürün pazarlarında artan rekabet gücünün dinamik etkilerinden faydalanmıştır. İhracat, özellikle birim işgücü maliyetlerindeki sınırlı büyüme nedeniyle, çeşitli ürün kategorilerinde (makine, elektronik ekipman, araçlar, plastik ve et) küresel ithalattan çok daha güçlü bir şekilde büyümüştür. Bununla birlikte, akranlarla kıyaslandığında, Polonya'nın ihracatı düşük ila orta ölçekli, düşük vasıflı emek-yoğun sektörlerde yoğunlaşırken, yüksek teknoloji ihracatının payı nispeten düşük kalmaktadır. Karşılaştırmalı ülkeler olarak, Almanya ve başta Çek Cumhuriyeti ve Macaristan olmak üzere iki Orta ve Doğu Avrupa Ülkesini dikkate aldığımızda, Polonya'nın kilit bölgesel akranlarıyla olan konumunu ve teknolojik açıdan gelişmiş, ihracata dayalı bir Batı Avrupa ekonomisi için örnek teşkil etmektedir (OECD, 2018, s. 19; Bogumil, 2015, s. 4).

Polonya satın alma gücü paritesine göre hesaplanan 2017 yılı GSYİH verilerine göre dünyada 25. sırada, kişi başı gelir olarak ise 66. sırada gelmektedir. İhracat verileri

incelendiğinde ise dünya sıralamasında kendine 26. sırada yer bulmuştur. En büyük ihracat ortakları ise sırasıyla Almanya (%27.3), İngiltere (%6.6), Çekya (%6.6), Fransa (%5.4), İtalya (%4.8) ve Hollanda (%4.5) yer almaktadır. (CIA, 2018).

Ülkelerin ulusal rekabet edebilirliğini çeşitli kriterler kapsamında ölçmeye çalışan Global Rekabetçilik Endeksi 2017–2018 raporuna göre, 137 ekonomiyi kapsayan çalışmada Polonya 4.59 indeks puanla 39. sırada kendisine yer edinmiştir (GCI, 2018).

Ampirik Literatür

İktisat literatüründe, büyüme ve dış ticaret arasındaki ilişki sıkça tartışılan konular arasında yer almaktadır. İhracat ve ithalatın ekonomik büyümeyi hangi yönde etkilediğine dair tartışmalar Adam Smith ve David Ricardo'ya kadar eskiye getirilebilir. Ancak II.Dünya Savaşı'nın ardından geliştirilen ileri tekniklerle birlikte konumuzun da gereği olarak ihracat ve büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen oldukça geniş bir ampirik literatür ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar seçilen ülke veya ülke grupları, zaman aralıkları ve uygulanan yöntemler açısından farklılıklar göstermektedir. Sonuç olarak kimi çalışmalar ihracatın ekonomik büyümeye pozitif katkı yaptığına ulaşırken kimi çalışmalar ise tersi sonuçlar elde etmiştir.

Feder (1983) çalışmasında, 1964-1973 döneminde bir grup yarı-sanayileşmiş ve daha az gelişmiş ülke için büyüme kaynaklarını yatay kesit regresyon yöntemini kullanarak analiz etmiştir. Sonuç olarak büyümenin yalnızca emek ve sermayedeki artışlarla değil aynı zamanda mevcut kaynakların daha az verimli ihracat dışı sektörlerden daha yüksek verimli ihracat sektörüne yeniden tahsis edilmesiyle oluşturulabileceğine ulaşmıştır.

Balassa (1985) çalışmasında, 1973-1978 döneminde 43 gelişmekte olan ülkeyi ele almış ve ülkeler arasındaki büyüme farklılıklarının nedenini yatay kesit regresyon yöntemini kullanarak ortaya koymuştur. Yazarın ele aldığı dönem 1973'deki petrol şokunun hemen ardından gelen zaman dilimi olması açısından önem taşımaktadır. Çalışma sonuçlarına göre özellikle, dönem başında dışarıya yönelik bir politika duruşu ve bu şoklara tepki olarak ihracatın artırılmasına olan bağımlılık, büyüme performansını olumlu etkilemektedir.

Ram (1985) çalışmasında 1960-70 ve 1970-77 dönemlerinde 73 az gelişmiş ülkeyi ele alarak bu ülkelerde ihracatın büyümeye katkısını kurguladığı regresyon modeliyle incelemiştir. İncelemeye konu olan ülkelerde 1960-70 döneminde ihracatın büyüme üzerindeki etkisi düşük gibi görünse de, etki farkı 1970-77 döneminde daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır sonucuna ulaşmıştır.

Doyle (1998) çalışmasında 1953-1993 yılları arasında İrlanda ekonomisinde ihracat ve büyüme ilişkisini Johansen Eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerinin istatistiksel teorisine dayanan metodolojik yaklaşımı kullanarak test etmiştir. Çalışma sonucunda ihracattan çıktıya kısa süreli ve uzun vadeli nedenselliğe dair kanıtlar elde etmiş ve İrlanda ekonomisinde ilgili dönemde ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerli olduğunu ortaya koymuştur.

Akbar, Naqvi ve Din (2000) çalışmalarında 1972-73 döneminden 1997-98 dönemine kadar olan 27 yıllık sürede Pakistan ekonomisinde ihracat ve büyüme ilişkisini Granger nedensellik yaklaşımını kullanarak test etmişler ve ihracata dayalı büyüme hipotezini reddetmişlerdir.

Ahmad vd. (2000) çalışmalarında 1970-1997 döneminde Güney ve Güneydoğu Asya ülkelerinde ihracat ve büyüme arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik yaklaşımını kullanarak incelemişlerdir. Çalışma sonucuna göre ele alınan ülkelerden Hindistan hariç diğer ülkelerde ihracata dayalı büyümenin desteklenmediği görülmektedir.

Panas ve Vamvoukas (2002) çalışmalarında 1948-1997 döneminde Yunanistan'da ihracat ve büyüme arasındaki ilişkiyi hata düzeltme modellemesi ve çok değişkenli Granger nedensellik kullanarak incelemişlerdir. Çalışma neticesinde Yunanistan'da ilgili dönemde ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerli olmadığına dair güçlü sonuçlara ulaşmışlardır.

Awokuse (2003) çalışmasında 1961-2000 dönemi için Kanada'da ihracata dayalı büyüme hipotezini Granger nedensellik yaklaşımını kullanarak test etmiştir. Elde ettiği ampirik sonuçlara göre reel dış ticaretten reel GSYİH'ya tek yönlü bir ilişki olduğunu ve bu ilişkininde Kanada ihracatının artmasının ekonomik büyümeyi tetiklediği şeklinde gerçekleştiğini vurgulamıştır.

Abual-Faul (2004) çalışmasında 1976-1997 döneminde Ürdün'de ihracata dayalı büyüme hipotezini VAR-L, VAR-D ve ECM modelleri ile test etmiştir. Elde ettiği ampirik sonuçlara dayanarak ihracattan çıktıya tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiş ve ihracata dayalı büyüme hipotezini desteklemiştir.

Al Mamun ve Nath (2005), çalışmalarında 1976-2003 dönemlerine ilişkin Bangladeş'te ihracata dayalı büyümeyi hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik yöntemlerini kullanarak incelemişlerdir. Çalışmanın sonucuna göre ihracat ve sanayi üretimi arasında kısa vadede nedensel ilişki olduğuna dair kanıtlar bulunmamasına karşın uzun vadede bu iki değişken arasında pozitif bir ilişki olduğuna ulaşmışlardır.

Demirhan (2005) çalışmasında Türkiye'de 1990 yılının ilk çeyreğinden 2004 yılının ilk çeyreği arasındaki dönemde ihracat ve büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmıştır. Nedensellik ilişkisinin tahmin edilmesinde vektör hata düzeltme modeli ve koentegrasyon analizinden yararlanılmıştır. Ulaşılan ampirik sonuçlar ihracattan büyümeye doğru tek yönlü ilişkinin olduğunu ve uzun dönemde ihracatın büyümeyi artırdığını göstermektedir.

Herrerias ve Orts (2010) çalışmalarında 1964-2004 döneminde Çin ekonomisinde ihracat ve büyüme ilişkisini eşbütünleşmiş vektör otoregresif model kullanarak incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre hem ihracatın yönlendirdiği hem de yönlendirdiği bir büyüme etkisinin Çin ekonomisinde mevcut olduğu sonucuna varmışlardır.

Uddin, Kabir ve Sydee (2011) çalışmalarında 1973-2006 döneminde Bangladeş'te ihracat ile ekonomik kalkınmanın vekaleti olarak gösterilen sanayi üretimi arasındaki bağlantıyı Granger nedensellik yöntemlerini kullanarak araştırmışlardır. Çalışmanın neticesinde Bangladeş'teki ihracat ve endüstriyel faaliyetler arasında uzun vadeli iki yönlü nedenselliğin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Gökmenoğlu, Şehnaz ve Taşpınar (2015) çalışmalarında 1980-2013 döneminde Kosta Rika ekonomisinde ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Johansen Eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerini kullanarak incelemişlerdir. Elde edilen ampirik bulgulara göre ilgili dönemde Kosta Rika'da ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerli olduğu sonucuna varmışlardır.

Tang, Lai ve Öztürk (2015) çalışmasında Hong Kong'u 1973-2007 döneminde, Güney Kore'yi 1960-2007 döneminde, Singapur'u 1966-2007 döneminde ve Tayvan'ı

1961-2007 döneminde ihracata dayalı büyüme hipotezinin mevcudiyetini Johansen eşbütünleşme ve MWALD nedensellik testleri kullanarak incelemiştir. Çalışma sonucuna göre Asya'nın dört küçük ejderhası olarak adlandırılan bu ülkelerde ihracat ve GSYİH arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu kanısına varılmıştır.

Shafiullah, Selvanathan ve Naranpanawa (2017) ihracata dayalı büyüme hipotezini 1990-2013 döneminde Granger nedensellik yöntemini kullanarak Avustralya ve bölgeleri için tarım, madencilik ve yakıtlar, imalat ve diğer olmak üzere dört sektörde incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre madencilik ve yakıtlar sektörünün Avustralya'nın ekonomik büyümesini artırmada önemli bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır.

Literatürdeki ampirik çalışmalar incelendiğinde genellikle Johansen Eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerinin kullanıldığı ve ihracatla ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu söylenebilir.

Veri Seti ve Yöntem

Çalışmada Polonya için ihracata dayalı büyüme hipotezinin test edilmesi amaçlanmaktadır.

Bu doğrultuda uygulanacak model aşağıdaki gibidir:

$$\ln GSYİH = \beta_0 + \beta_1 \ln İHRACAT + \varepsilon_t$$

Modelde yer alan değişkenler gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH) ve toplam ihracat değerlerini yansıtmaktadır. β_0 sabit terimi, β_1 açıklayıcı değişken için katsayı parametresini ve ε_t hata terimini göstermektedir.

Polonya için GSYİH verisi 1995 yılından başladığı için, çalışmada mümkün olan en geniş zaman aralığı kullanılmış ve 1995Q1-2017Q1 çeyrekler verileri analizde dahil edilmiştir. Veriler IMF veri tabanından temin edilmiştir. Değişen varyans sorununu gidermek adına her iki seri logaritmaları alınarak çalışmaya dahil edilmiştir. Ayrıca serilerin çeyreklik veriler olması nedeniyle mevsimsel etkilerden arındırılmıştır.

Çalışma 1995Q1-2017Q1 dönemleri arasında 89 adet gözleme sahiptir ve bu veri aralığı uzun dönem analizin yapılması için imkan sağlamaktadır. Analiz için ilk olarak serilerin durağanlık derecelerini ölçmek adına Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri uygulanacaktır. Serilerin durağanlık dereceleri göz önünde bulundurularak Johansen (1988) eşbütünleşme analizine yer verilecektir. Çalışmada Eviews 9 programı kullanılmıştır.

Bulgular

Çalışmada yer verilen serilere yönelik ADF ve PP birim kök test sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2'de yer alan ADF ve PP birim kök test sonuçları her iki serinin hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde durağan olmadıklarını, birinci farkta durağan olduklarını ortaya koymaktadır. Birinci farkta durağanlık koşulunu sağlayan seriler, uzun dönemli analizin gerçekleşmesi için imkan tanımaktadır.

Tablo 2. ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları

ADF Birim Kök Testi				
	Sabit		Sabit ve Trend	
Değişken	Test İstatistiği	Prob	Test İstatistiği	Prob
lnGSYİH	-1.508 [3]	0.524	-0.597 [3]	0.976
Δ lnGSYİH	-6.468 [2]	0.000*	-6.648 [2]	0.000*
lnİHRACAT	-0.949 [3]	0.767	-1.460 [1]	0.835
Δ lnİHRACAT	-5.880 [2]	0.000*	-5.911 [2]	0.000*
PP Birim Kök Testi				
	Sabit		Sabit ve Trend	
Değişken	Test İstatistiği	Prob	Test İstatistiği	Prob
lnGSYİH	-1.421 [7]	0.568	-0.953 [6]	0.944
Δ lnGSYİH	-6.739 [15]	0.000*	-6.731 [16]	0.000*
lnİHRACAT	-1.080 [3]	0.720	-1.074 [2]	0.927
Δ lnİHRACAT	-6.591 [8]	0.000*	-6.546 [9]	0.000*

Not: ADF birim kök testi Akaike bilgi kriterine göre, PP birim kök testi ise Newey-West Bandwith kriterine göre test edilmiştir. Köşeli parantez içerisinde yer alan değerler gecikme uzunluğunu yansıtmaktadır. * işareti, %1'lik kritik değere göre anlamlılığı göstermektedir.

Uygulanan Vektör OtoRegressif (VAR) analizi sonucunda uygun gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte Pantula prensibi sonucunda 2 numaralı modelin Johansen Eşbütünleşme Analizi için uygunluğuna karar verilmiştir. Bu anlamda uygulanan Johansen Eşbütünleşme Analizi sonuçları Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Johansen Eşbütünleşme Analizi Sonuçları

Ülke	Gecikme Uzunluğu	Eşbütünleşme Sayısı	İz Testi	Maksimum Özdeğer Testi
Polonya	2	$r=0^*$	21.326*	18.136*
		$r\leq 1$	3.189	3.189

Not: İz testi için %5'lik kritik değerler sırasıyla 20.261 ve 9.164'tür. Maksimum özdeğer testi için kritik değerler sırasıyla 15.892 ve 9.164'tür.

Tablo 3'de yer alan Johansen Eşbütünleşme Analizi sonuçlarına göre iz ve maksimum özdeğer testleri bir adet eşbütünleşme vektörünün varlığına işaret etmektedir. Bunun anlamı Polonya için gayrisafi yurtiçi hasıla ve ihracat değişkenlerinin uzun dönemde birlikte hareket ettiği'dir. Elde edilen katsayılar ise şu şekildedir:

$$\ln \text{GSYİH} = (5.74) + (0.56) \ln \text{İHRACAT} + \varepsilon_t$$

Katsayılar ihracat ile GSYİH arasında pozitif ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre çeyreklik dönemler itibariyle ihracatta yaşanacak %1'lik artış GSYİH'yi %0.56 oranında arttırmaktadır.

Uzun dönemli ilişkinin varlığının tespitinin ardından seriler arasında kısa dönemli ilişkinin varlığını araştırmaya yönelik olarak Vektör Hata Düzeltme (VEC) analizi uygulanabilir. VEC analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. VEC Analizi Sonuçları

	Katsayı	t-istatistiği
lnIHRACAT	0.56	0.02
Sabit Terim	5.74	0.24
ECT _{t-1}	-0.154	-2.61
R ² =0.24	$\bar{R}^2 = 0.22$	F =13.51

Modelin hata düzeltme katsayısı (ECT_{t-1}) işareti negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Yani uzun dönemde birlikte hareket eden bu seriler arasında kısa dönemde meydana gelen sapmalar ortadan kalkmakta ve seriler tekrar denge değerine yakınsamaktadır.

Sonuç

İktisat biliminin önemli inceleme konularından biri olan büyüme kavramı üzerine tartışmalar yıllardır süre gelmiş ve büyümeyi sağlayan unsurların neler olduğu halen kesin çizgilerle belirlenememiştir. Bu çalışmada büyümenin kaynaklarından biri olarak gösterilen ihracat göstergesi ele alınmış ve kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Literatürdeki çalışmalardan da görüleceği üzere ihracat ve büyüme arasındaki ilişkiyi dair farklı sonuçlar elde edilmiştir. Kimi çalışmalar ihracat ve büyüme arasında bir ilişki bulamazken kimi çalışmalar ise bu iki değişken arasında kuvvetli ilişkinin varlığını ortaya koymuştur.

Çalışmamızda literatüre yeni bir katkı sağlama amacıyla ihracata dayalı büyüme hipotezi Polonya’da 1995Q1-2017Q1 dönemlerinde Johansen (1988) Eşbütünlük Analizi ile incelenmiştir. Elde edilen katsayılar ihracat ile GSYİH arasında pozitif ve kuvvetli bir ilişkinin mevcut olduğunu göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular sonucunda Polonya’da ihracatın ekonomik büyümeye katkısı dikkat çekmektedir. Politika yapıcı ve uygulayıcılarının bu göstergeleri dikkate alarak geliştireceği politikaların ülkelerin son zamanlarda şiddetle üzerinde durduğu büyüme sorununa katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Kaynaklar

- Abual-Foul, B. (2004). Testing the export-led growth hypothesis: Evidence from Jordan. *Applied economics letters*, 11(6), 393-396.
- Ahmad, Q. M., Butt, M. S., Alam, S., & Kazmi, A. A. (2000). Economic growth, export, and external debt causality: The case of Asian countries [with Comments]. *The Pakistan development review*, 39(4), 591-608.
- Akbar, M., Naqvi, Z. F., & Din, M. U. (2000). Export diversification and the structural dynamics in the growth process: The case of Pakistan [with Comments]. *The Pakistan development review*, 573-589.

- Al Mamun, K. A., & Nath, H. K. (2005). Export-led growth in Bangladesh: A time series analysis. *Applied economics letters*, 12(6), 361-364.
- Awokuse, T. O. (2003). Is the export-led growth hypothesis valid for Canada? *Canadian journal of economics/revue canadienne d'économique*, 36(1), 126-136.
- Awokuse, T. O. (2007). Causality between exports, imports, and economic growth: Evidence from transition economies. *Economics letters*, 94(3), 389-395.
- Bal, H. ve Akça, E.E. (2017). İhracata dayalı büyümenin geçerliliği üzerine ampirik bir araştırma: Türkiye'den bulgular. International conference on eurasian economies 5-7 October 2017 - Bishkek - Kyrgyzstan 138-146. <https://www.avekon.org/proceedings/avekon09.pdf> Erişim tarihi 23.03.2018
- Balassa, B. (1985). Exports, policy choices, and economic growth in developing countries after the 1973 oil shock. *Journal of development economics*, 18(1), 23-35.
- Bogumił, P. (2015). Securing Poland's economic success II: labour market and product specialisation—is there a link. *ECFin country focus*, 12(4), 1-8. http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/country_focus/2015/pdf/cf_vo112_issue4_en.pdf Erişim tarihi: 12.10.2018.
- Bogumił, P., & Wielądek, R. (2014). Securing Poland's economic success: A good time for reforms. *ECFin country focus*, 11(9), 1-8. http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/country_focus/2014/pdf/cf_vo111_issue9_en.pdf Erişim tarihi: 12.10.2018.
- CIA- Central Intelligence Agency (2018). The World Factbook https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/print_pl.html Erişim tarihi: 12.04.2018
- DEİK- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (2011). Polonya Ülke Bülteni.
- Demirhan, E. (2005). Büyüme ve ihracat arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *Ankara Üniversitesi SBF dergisi*, 60(4), 75-88.
- Doyle, E. (1998). Export-output causality: the Irish case 1953–93. *Atlantic economic journal*, 26(2), 147-161.
- Feder, G. (1983). On exports and economic growth. *Journal of development economics*, 12(1-2), 59-73.
- GCI- Global Competitiveness Index (2018). The global competitiveness report 2017–2018. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf> Erişim tarihi: 12.04.2018
- Giles, A.J., & Williams, C. L. (2000). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results. Part 1. *The journal of international trade & economic development*, 9(3), 261-337.
- Gökmenoglu, K. K., Şehnaz, Z., ve Taşpınar, N. (2015). The export-led growth: A case study of Costa Rica. *Procedia economics and finance*, 25, 471-477.
- Gül, E. ve Kamacı, A. (2012). Dış ticaretin büyüme üzerine etkileri: Bir panel veri analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi dergisi*, 4(3), 81-91.
- Herrerias, M. J., & Orts, V. (2010). Is the export-led growth hypothesis enough to account for China's growth?. *China & World economy*, 18(4), 34-51.
- IMF(2019a) (<http://data.imf.org/regular.aspx?key=61545859>) Erişim tarihi: 05.01.2019
- IMF(2019b) (<https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WE0/OEMDC/ADVE/C/WEOWORLD/POL>) Erişim tarihi: 05.01.2019

- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of economic dynamics and control*, 12(2-3), 231-254.
- Karagöz, H. (2011). Dış ticaret ve sanayileşme. https://www.academia.edu/23894294/DI%C5%9E_T%C4%B0CARET_VE_SANAYI%C4%B0LE%C5%9EME
- Küçükaksoy, I., Çifçi, I., ve Özbek, R. I. (2015). İhracata dayalı büyüme hipotezi: Türkiye uygulaması. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF dergisi*, 5(2), 691-720.
- OECD (2018). OECD Economic Surveys-Poland <http://www.oecd.org/eco/surveys/Poland-2018-OECD-economic-survey-overview.pdf> Erişim tarihi: 12.04.2018
- Özcan, B., ve Özçelebi, O. (2013). İhracata dayalı büyüme hipotezi Türkiye için geçerli mi?. *Yönetim ve ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi*, 20(1), 1-14.
- Panas, E., & Vamvoukas, G. (2002). Further evidence on the export-led growth hypothesis. *Applied economics letters*, 9(11), 731-735.
- Ram, R. (1985). Exports and economic growth: Some additional evidence. *Economic development and cultural change*, 33(2), 415-425.
- Ribeiro, A. P., Carvalho, V., & Santos, P. (2016). Export-led growth in the EU: Where and what to export?. *The international trade journal*, 30(4), 319-344.
- Sağlam, Y., ve Egili, H. A. (2015). İhracata dayalı büyüme hipotezi: Türkiye örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi*, 17(4), 517-530.
- Shafiullah, M., Selvanathan, S., & Naranpanawa, A. (2017). The role of export composition in export-led growth in Australia and its regions. *Economic analysis and policy*, 53, 62-76.
- Tang, C. F., Lai, Y. W., & Ozturk, I. (2015). How stable is the export-led growth hypothesis? Evidence from Asia's four little dragons. *Economic modelling*, 44, 229-235.
- Ticaret Bakanlığı (2019). <https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/polonya/ulke-profil/ekonomik-gorunum/dis-ticaret> Erişim tarihi 12.01.2019
- Uddin, M. G. S., Kabir, S. H. & Sydee, N. (2011). Causality between industrial production and exports in Bangladesh revisited. *The global journal of finance and economics*, 8(1), 77-87.
- Yalman, İ.N., Işık, Ö. ve Koşaroğlu, Ş.M. (2017). Dışa açık büyüme modeli ve Türkiye’de dış borçlar. International conference on Eurasian economies, 10-12 July 2017 – Istanbul, Turkey 271-275 <https://www.avekon.org/?p=08session&s=4&t=B> Erişim Tarihi: 23.03.2018
- Züngün, D. ve Dilber, İ. (2010). İhracata dayalı büyüme modelinin imalat sanayi ihracatı üzerindeki etkisinin saptanmasına ilişkin bir araştırma. *Öneri dergisi*, 9(34), 223-231 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/165744> Erişim tarihi: 10.08.2018
- Taşpınar, A. (2009). Causal relationship between export and economic growth the Poland and Sweden case. <http://hh.diva-portal.org/smash/get/diva2:305398/FULLTEXT01.pdf> Erişim tarihi: 08.09.2018

İÇ TİCARET HADLERİNİN TARIMSAL ARAZİ SATIŞLARI ÜZERİNE ETKİSİ: ÇUKUROVA ÖRNEĞİ

Erkan AKTAŞ¹
Hakan DOĞAN²

ÖZ

Türkiye’de arazi satışları sıklıkla tartışılan konuların başında gelmektedir. Türkiye’de yıllardır tarım arazilerinin temerküzü ve küçük meta üreticiliğinin gelişiminin seyri ile ilgili bir çok makale olmasına rağmen; bu konu ile ilgili model çalışmalarına hiç rastlanmamıştır. Bunun en temel nedeni bu konuya ilişkin veri setinin olmamasıdır. Bu çalışmada, Türkiye’de 1980’li yıllarda yaşanan yapısal dönüşümün neticesinde oluşan iç ticaret hadlerinin tarımsal arazi satışları üzerine etkisi Çukurova örneği üzerinden incelenmektedir. Çalışmada kullanılan veriler 1980-2013 yıllarını kapsamaktadır. Arazi satış verileri bu konuda yapılan doktora çalışmasından elde edilmiştir. Bu çalışmada kullanılan iç ticaret hadlerinin oluşturulmasında kullanılan veriler motorin, gübre, su ve tohum fiyatları ile mısır, pamuk, buğday ve portakal fiyatlarıdır. Adana’da tarımsal arazi satışlarının genel olarak tarımsal girdi ve ürün piyasası arasındaki ilişkiyi anlamada ve ekonomik etkilerini tahmin etmede VAR model kullanılarak etkiye-tepki fonksiyonlarından yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Çukurova’da arazi satışları ile sektörel ticaret hadleri arasında ilişki içerisinde tepki vermede üç yıl gibi bir zaman dilimine ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır. Doğası gereği tarımsal üretim kısa sürede ekonomik koşullardaki ani değişimlere tepki veremez. Bunlara rağmen, iç ticaret hadlerindeki değişim ile tarımsal arazilerin verimli ölçeklerde işletilmesi için uzun dönem politikalarına gerek kalmadan kısa ve orta vade de belirlenecek çözümlerle sonuç alınması mümkün gibi görünmektedir. Özellikle son yıllarda artan oranlarda olan arazi satışları ile iç ticaret hadlerindeki değişim arasında kuvvetli bir ilişkiden söz edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal Arazi, İç Ticaret Hadleri, VAR, Çukurova

THE EFFECT OF INTERNAL TERMS OF TRADE ON AGRICULTURAL LAND SALES: CASE OF ÇUKUROVA

ABSTRACT

Matters related to the sale of land in Turkey is one of the issues often discussed. Although many articles over the years about whether the concentration of agricultural land in Turkey or small commodity productivity growth was not observed in the course of their model studies on this subject. The most basic reason for this is that there is no dataset related to this topic. In this study, in the 1980's experienced structural transformation occurring as a result of domestic terms of trade in Turkey is examined through the example of Cukurova impact on agricultural land sales. The data used in the study covers years 1980-2013. Land sales data were obtained from PhD study. The data used to establish the terms of trade used in this study are oil, fertilizer, water and seed prices and corn, cotton, wheat and orange prices. In Adana, the VAR model was used to estimate the impact of agricultural land sales on the relationship between agricultural input and product market in terms of meaning and economic effects. As a result of the analysis made, it is necessary to spend three years in Cukurova to respond to the relations between the land sales and the sectoral terms of trade, and the policies to be followed in agriculture should be considered as long term. Agricultural production by nature can not react to sudden changes in economic conditions in a short time. Nevertheless, it seems possible to obtain results with the solutions to be determined in the short and medium term without having to have long-term policies in order for the change in the internal terms of trade and the operation of agricultural land on efficient scales. There can be

¹ Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, erkanaktas@mersin.edu.tr, ORCID:0000-0002-7068-2807

² Dr., Meteoroloji Genel Müdürlüğü, hadogan@mgm.gov.tr, ORCID:0000-0003-3505-5864
Received/Geliş: 11/03/2019 Accepted/Kabul:17/07/2019, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı: Aktaş, E., Doğan, H. (2019), “İç Ticaret Hadlerinin Tarımsal Arazi Satışları Üzerine Etkisi: Çukurova Örneği”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.45-54.

a strong correlation between land sales, which are increasingly in recent years, and changes in the internal terms of trade.

Keywords: Agricultural land, Domestic trade rates, VAR, Çukurova

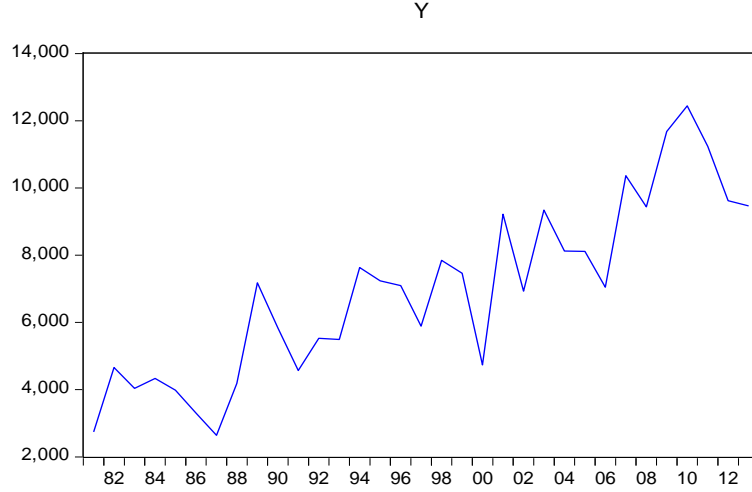
Giriş

Tarımsal üretim süreci; ekonomik, sosyal, politik ve teknik yönleriyle diğer üretim süreçlerinden farklı özellikleri olan, insanlığın en önemli etkinliklerindedir. Bu süreçteki en önemli farklılık üretim faaliyetindeki unsurlardan biri olan arazinin sermayeleşse bile yeniden üretilmeyen bir meta olması nedeniyle teklifi ve bir diğer unsur olarak arazinin tarımsal verimliliği üzerinde iklim koşullarındaki görece belirliliktir. Tarımsal üretimin yapısı; topraktaki sahiplik biçimleri, köydeki hanede bulunan emeğin kendine özgü yapısıyla belirlenmiş üretim ilişkileri ve farklı üretim tarzlarına eklemleme kapasitesi dikkate alınarak bütüncül bir bakışla ele alınmalıdır (Doğan,2016).

Tarımsal faaliyetler, başta beslenme olmak üzere birçok ihtiyacın karşılanmasında önemli rol oynamaktadır. Tarımsal faaliyetlerin sahip olduğu bir takım özellikler, tarım sektörünü diğer sektörlerden farklı kılmaktadır. Bunlar tarımsal üretimin doğal koşullara bağlılığından kaynaklanan evrensel özelliklerdir. Yani gelişmişlik farklılıklarından bağımsız olarak bütün ülkeler için geçerlidir. Tarımsal üretimin doğal koşullara bağımlılığı, tarımın diğer üretim faaliyetleri karşısındaki durumu ve tarımsal ürünlerin beslenme gibi temel bir ihtiyacın karşılanmasındaki rolü, devletin tarıma yönelik çeşitli destekleme politikaları izlemesini gerektirmektedir.

Genel olarak mülkiyet değişimi ve tarımsal arazilerdeki tasarruf yapısındaki değişim aşlında Çukurova tarihinin ana maddesidir. Bu verimli topraklar her zaman siyasetçilerin politik araçlarından olmuştur. Osmanlı İmparatorluğundan Cumhuriyete bu bölgedeki mülkiyet yapısı sürekli takip edilmiş, etnik çatışmalardan, Türkmen aşiretlerinin arasındaki rekabete, Kavalalı İbrahim Paşadan, Fransızlara kadar hep bu ovalara sahip olma hedefi bu topraklar üzerinde çok çetin mücadelelere neden olmuştur.(Doğan,2016.)

1970'li yılların sonunda Türkiye ekonomisinin girdiği bunalımdan çıkabilmesi için uygulamaya konulan 24 Ocak 1980 İstikrar Tedbirleri, tarım politikalarını da büyük ölçüde etkilemiştir. Bu istikrar tedbirlerinden sonra liberalleşme politikalarının hayata geçirilmesiyle birlikte, hükümetlerin tarıma karşı koruyucu ve düzenleyici tavrı değişmiştir. Tarımsal üretimin piyasa koşullarına bırakılmasını sağlayacak biçimde politika değişikliğine gidilmiştir. Bu doğrultuda istikrar tedbirlerinin tarım sektörüne yönelik ilk uygulaması, gübre fiyatlarını önemli ölçüde artırmak olmuştur. Bunun yanı sıra kimyasal gübre ve diğer girdilere sağlanan girdi sübvansiyonları kaldırılmış, büyük ölçüde dışa bağımlı modern girdilerin fiyatları serbest döviz kuruna göre piyasalarda dalgalanmaya bırakılmıştır. Bu dönemde tarım sektörüne sağlanan kredilerin kullanım koşulları ağırlaştırılmış, tarım ürünleri dış ticaretinde korumacılık azaltılmıştır. Bunların yanı sıra 1980 yılından itibaren ürünlere yönelik tarımsal destekleme fiyatları düşürülmüş ve destekleme kapsamı daraltılmıştır (Şahinöz, 2001).



Şekil 1. Yıllara Göre Çukurova örnek sahasındaki arazi satış miktarı (da)

Kaynak: Doğan,H. 1980 Sonrasında Adana Ova Kesimindeki Tarım İşletmelerinde Arazi Tasarruf Biçimlerindeki Değişim Ve Arazi Birikim Süreci,DoktoraTezi,Çukurova Üniversitesi,2016

Çukurova bölgesinde arz duyarlılığı analizi ile ilgili yapılan birçok çalışmada girdi fiyatlarının ekim alanları üzerine önemli etkileri olduğu tahmin edilmiştir. Bu girdi fiyatlarından özellikle motorin, gübre, tohum ve su fiyatlarının etkisi ön plana çıkmaktadır (Aktaş,2004:1;Aktaş 2006;7). Aktaş ve arkadaşlarının 2010 yılında yapmış oldukları çalışmada motorin fiyatlarının aynı zamanda uluslararası tarımsal rekabet düzeyini de olumsuz etkileyebileceği (Aktaş 2010:23), yine Aktaş ve arkadaşlarının 2016 yılında yapmış oldukları çalışmada da motorin fiyatları üzerindeki yüksek vergi oranları olan OECD ülkelerinin tarımsal dışa bağımlılığını arttırdığı sonucuna varılmıştır (Aktaş ve ark.2016:62). Dolayısıyla girdi maliyetlerinin yüksekliğinin arazi satışları üzerine etkileri olabileceği sonucuna varılabilir. Bu çalışmalardan yola çıkarak bölgesel iç ticaret hadlerinin bölgedeki arazi satışları üzerine etkisi olacağı bu çalışmanın temel varsayımı olmuştur.

Bu çalışmanın sorunsalı bu tarihsel sürecin ardından, Türkiye’de 1980 sonrası uygulanmaya başlanan liberal ekonomi politikalarından sonra, tarımsal arazilerin mülkiyet yapısındaki değişim, ve bunun nedenlerinden biri olabileceği düşünülen iç ticaret hadlerinin satışlar üzerine etkisinin araştırılmasıdır. Bu çalışma, arazi mülkiyeti ve o arazilerdeki üretimi oluşturan unsurlar ile, 1970’lerin sonlarından itibaren kapitalist ilişkilerdeki krizi aşmaya yönelik çabaların, Çukurova’da sonuçlarını anlamaya çalışmaktadır. Bu mülkiyet ilişkilerinin değişimi betimlenmeye ve aralarındaki ilişkiler belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu çalışma tarımsal işletmelerdeki arazi mülkiyetinin tarihsel değişimini Çukurova kesimlerindeki tarım işletmeleri örneği üzerinden ortaya koymak ve farklı makroekonomik politikaların sonuçlarını anlamaya çalışmak açısından

önemli veriler oluşturarak, politika yapıcı kurum ve kuruluşlara fayda sağlamayı hedeflemektedir. Bu çalışma, 2018 yılında uluslararası Akdeniz kongresinde sunulmuştur³.

Bu çalışma, alanıyla ilgili Türkiye’de ilk kez yapılan bir çalışmadır. Çünkü bu alanla ilgili zaman serilerine ulaşmak oldukça güç olmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, literatürde önemli bir yer doldurabilecek niteliktedir.

Kullanılan Veri Seti ve Yöntem

İktisat literatüründe birden çok fonksiyonları olan ekonometrik modeller; politika analizleri gibi sonuçları karmaşık ve ölçülebilirliği zor konularda yaygın olarak kullanılmaktadır. Ekonometrik modellerde içsel ve dışsal değişkenler iktisat teorisine dayanarak belirlenmektedir. Değişkenlerin model tarafından tam olarak belirlenmediği durumlarda içsel ya da dışsal biçiminde sınıflandırılması daha önceki yıllarda eleştirilmiştir. Daha sonraki yıllarda modelin dinamiğini verilerin belirlemesi daha uygun olabileceği çalışmalara konu olmuştur. Sims’in önerdiği ve Vektör Otoregressif Süreç (VAR) adı verilen yöntem tüm değişkenleri içsel kabul etmektedir. Bu yöntem teorik bilgiden ziyade araştırmacının sahip olduğu verilere dayanarak modelde kullanılacak değişkenleri ve uygun gecikme uzunluğunu belirlemesi yeterli olmaktadır (Pindyck ve Rubinfeld, 1991: 353-355).

1990’lı yıllarda VAR (VectorAutoregression) modelleri iktisat çalışmalarında sıklıkla kullanılmıştır. Yapılan çalışmalarda VAR tipi sistem tahminlerine dayanan nedensellik ve diğer sınamalarda yaygın olarak F-Testleri kullanılmış fakat serilerin birleşik olması durumunda bu test istatistikleri standart dağılıma sahip olmadığı için geçerliliğini yitirmektedir. Bunlara ek olarak, saha bulguları, iktisadi zaman serilerinin genellikle durağan olmadığını, genellikle birinci dereceden bütünlük olduklarını göstermektedir. Serilerin durağan olmaması, sahte regresyon gibi pek çok ekonometrik soruna yol açabilmektedir. Bu nedenle öncelikle serilerin zaman serisi özelliklerinin araştırılması ve bu özelliklere göre uygun modelin seçilmesi gereklidir. Bu çerçevede önce zaman serilerinin durağanlık özellikleri Artırılmış Dickey-Fuller (ADF) birim kök testleriyle sınanmış ve durağan olmayan serinin birinci farkı alınarak VAR modeline alınmıştır. Modelde kullanılan değişkenlerin seçiminde, literatürde yer alan ampirik çalışmalardan hareket edilmiştir.

Çalışmada 1980-2013 dönemi yıllık arazi satış miktarı⁴ ve iç ticaret hadleri kullanılmıştır. İç ticaret hadleri kavramı, çiftçi sınıfının, satın alma gücünde ve ekonomik refahındaki değişimleri izlemek amacıyla kullanılan bir göstergedir. İç ticaret haddi, belirli bir temel yıla göre çiftçinin yetiştirerek piyasaya arz ettiği ürünlerin fiyatları ile bu sınıfın kendi tüketim ihtiyaçları için veya ürettiği mallar yeniden üretmek için satın aldığı maddelerin fiyatları arasındaki oran olarak tanımlanmaktadır. İç ticaret haddi en pratik ve yaygın hâliyle “Net Değişim Ticaret Hadleri” olarak ifade edilmekte ve bu şekilde formüle edilmektedir (Kip, 1980: 10)

$$N = P_T / P_S$$

N: Net Değişim Ticaret Hadleri

P_T: Çiftçinin Eline Geçen Fiyatlar Endeksi

³ Kongre kitabında tam metin olarak basılmıştır.

⁴ Doğan 2016 doktora çalışmasındaki veri seti, Çukurova’nın %10’dan fazlasını oluşturduğu için Çukurova’yı temsil ettiği varsayılmıştır.

P_S:Çiftçinin Ödediği Fiyatlar Endeksi

Aktaş tarafından 2004 ve 2006 yılları arasında yapılan Çukurova bölgesi ile ilgili yapılan çalışmada başta motorin ve gübre olmak üzere tohum ve su gibi girdilerin bölgeyi etkileyen temel tarımsal girdiler olarak görülebilir. Bu çalışmada kullanılan iç ticaret hadlerinin oluşturulmasında kullanılan veriler motorin, gübre, su ve tohum yıllık ortalama fiyatları (P_S:Çiftçinin Ödediği Fiyatlar Endeksi) ile mısır, pamuk, buğday ve portakal yıllık ortalama fiyatlarıdır (P_T:Çiftçinin Eline Geçen Fiyatlar Endeksi). Bununla birlikte, bölge için en önemli ürünler olan mısır, pamuk, buğday ve narenciyedir. Bu veriler TUIK internet sitesinden Adana iline ait verilerden elde edilmiştir. İç ticaret hadleri (Y) ve arazi satış miktarı (X) kullanılmıştır.

Bu çalışmada, 1980 sonrası dönemde başlayan, 1990'lı yıllarda ivme kazanan ve günümüze kadar gelen yapısal dönüşümün⁵ Türkiye'nin önemli bir tarımsal üretim bölgesi olan Çukurova'da arazi satışı üzerine olan etkileri bir vektör otoregressif model yardımıyla analiz edilmeye çalışılmıştır. Tahmin edilen VAR modeli çerçevesinde varyans ayrıştırma tabloları ile etkiye-tepki fonksiyonları yorumlanmıştır. Bu çerçevede, önce serilerin durağan olup olmadıkları Arttırılmış Dickey-Fuller Birim Kök Testleriyle araştırılmış ve ardından düzey olarak durağan olmayan serilerin birinci farkları alınarak, seriler durağan halde VAR modeline alınmıştır.

Bulgular ve Değerlendirme

Birçok ekonomik zaman serisi durağan olmayan özellikler sergilemektedir. Bu nedenle önce serilerin zaman serisi özellikleri Arttırılmış Dickey-Fuller birim kök testleriyle (ADF) araştırılmış ve test sonuçları Tablo 1'de özetlenmiştir Buna göre, İç ticaret hatleri (Y) ve arazi satış miktarı (X) kullanılmıştır düzey olarak durağan olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 1. Birim Kök Testi (ADF) Sonuçları

Değişkenler		ADF (Düzye Olarak)	P (Probability) Değerleri
Arazisatış (X)	Sabit & Sabit Trend	-5.027257	0.0019
İçticaret Haddi	Sabit & Sabit Trend	-5.066508	0.0014

Bu çerçevede, VAR modeline İç ticaret hatleri (Y) ve arazi satış miktarı (X) kullanılmıştır düzey olarak dahil edilmiştir. VAR modelinde kullanılacak gecikme uzunlukları ile modele girmesi gereken deterministik değişkenlerin belirlenmesi önem taşımaktadır. Gecikme uzunluğu bilgi kriterlerine göre belirlenmiştir

Tablo 2. Tarımda Makro Ekonomik Değişkenlerin Oluşturduğu VAR Modeli Gecikme Uzunluğu Seçim Kriterleri

⁵ Bu çalışmada “yapısal dönüşüm” olarak 1980 yılından sonra uygulanan neo-liberal ekonomi politikaları neticesinde değişen tarımsal girdi ve çıktı fiyat politikaları baz alınmıştır.

İçsel Değişkenler: TGDP EX IMP D(LNKUR) (PN)				Dışsal Değişkenler: C		
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-453.1098	NA	2.86e+10	29.74902	30.11908	29.86965
1	-447.7377	8.664632	2.63e+10	29.66050	30.21559	29.84144
2	-437.9214	14.56615*	1.84e+10*	29.28525*	30.02537*	29.52651*
* % 5 hata payına göre uygun gecikme uzunluğu						

Ekonomik kriz yılları (1994-2001) ve kuraklık yaşanan yıllar(1987 -2008) kukla değişkenleri olmak üzere, Çukurova'yı temsil eden köylerdeki arazi satışlar ile iç ticaret hadlerinin oluşturulmasında kullanılan motorin, gübre, su ve tohum fiyatları ile mısır, pamuk, buğday ve portakal fiyatları arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Elde edilen VAR modelde, kriz yılları ve kuraklık yıllarının farklı sonuçları olduğu belirlenmiştir. Kriz dönemlerinde reel döviz kurunun yükselişi tarımsal girdi maliyetleri arttırmasına neden olmaktadır. Aktaş ve ark. Tarafından yapılan çalışmalarda 1980 sonrası yaşanan krizlerin döviz kaynaklı etkilerin tarım sektörünü de etkilediği tahmin edilmiştir (Aktaş ve ark; 2010:). Bunun en önemli nedenlerinin başında, Türkiye'de tarımsal girdilerin dışa bağımlı olması gösterilebilir. Tablo 2'de VAR modelinde kullanılacak uygun gecikme uzunluğu bilgi kriterlerine dayanarak bir olarak tahmin edilmiştir. Tablo 2, LR, FPE, AIC, SC ve H-Q bilgi kriterlerinin en düşük değerine denk gelen uygun gecikme uzunluğunun iki alınabileceğini ortaya koymaktadır.

Tahmin edilen VAR modeline değişkenler İç ticaret hadleri (Y) ve arazi satış miktarı (X) sıralaması ile girmiştir. Modelden elde edilen varyans ayrıştırma tablosu aşağıda verilmiştir (Tablo 3). Varyans ayrıştırma sonuçlarına göre, sistemde iç ticaret hatleri öncü değişken görünümünde olan en dışsal değişkendir. Üçüncü yılda dahi ileri doğru tahmin varyansının yaklaşık % 98,6 kadarı kendi şoklarından kaynaklanmaktadır. Bu, İç ticaret hatlerinin çok sayıda dışsal faktörden çokta etkilenmediğinin bir sonucu biçiminde yorumlanmalıdır. Bu oran arazi satış miktarı için (üçüncü yılda) yüzde 73,3 dolayındadır. Sisteme bir şok geldiğinde kısa dönemde uzun dönem patikaya uyumu sağlayan değişken arazi satış miktarı olmakta, iç ticaret hatlaridaha sonra devreye girmektedir. Uyum mekanizmasının büyük ölçüde arazi satışı üzerinden işlediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Fakat 3 yıl sonra uyum mekanizması içerisinde dış ticaret hadlerinin payı azımsanmayacak kadar önemli düzeye çıkmaktadır.

Tablo 3. Varyans Ayrıştırma Tablosu

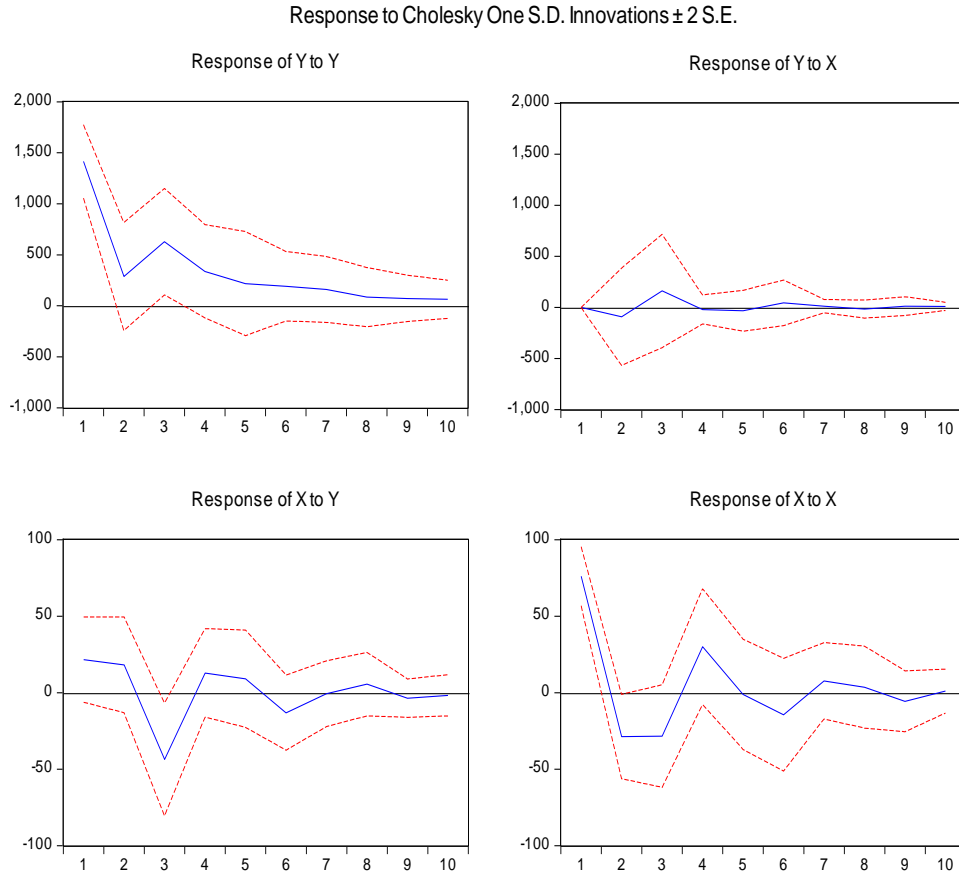
Varyans Ayrıştırma

(Y): Period	S.E.	Y	X
1	1415.314	100.0000	0.000000
2	1447.077	99.59474	0.405256
3	1585.583	98.63368	1.366324
4	1621.167	98.67662	1.323379
5	1635.952	98.65793	1.342068
6	1647.699	98.60651	1.393485
7	1655.414	98.61431	1.385694
8	1657.660	98.60662	1.393383
9	1659.254	98.60481	1.395194
10	1660.493	98.60372	1.396276

Varyans Ayrıştırma (X): Period	S.E.	Y	X
1	79.09673	7.441555	92.55845
2	86.09383	10.72019	89.27981
3	100.6197	26.64460	73.35540
4	105.7723	25.57776	74.42224
5	106.1644	26.11294	73.88706
6	107.9627	26.74567	73.25433
7	108.2364	26.61516	73.38484
8	108.4338	26.77610	73.22390
9	108.6466	26.78637	73.21363
10	108.6674	26.80566	73.19434

Cholesky Sıralaması: Y X

Etkiye–tepki fonksiyonlarının kullanılması değişkenlerden birinde meydana gelen bir standart hata kadarlık şok karşısında her bir değişkenin gösterdiği dinamik tepkilerin izlenmesine olanak vermektedir. Tahmin edilen etkiye–tepki katsayıları çerçevesinde güven sınırlarının da yer alması iç ticaret hadlerindeki değişimlerinin tarımsal satışları üzerindeki etkinliğini test etmek açısından önem taşımaktadır. Grafik 1 iç ticaret hadlerindeki değişim arazi satışları arasındaki ilişki gösterilmelidir. Düz çizgi nokta tahminlerini, kesikli çizgiler ise bir standart hatalık güven sınırlarını ifade etmektedir



Şekil 2. İç ticaret hadleri Serisindeki "Bir" Standart Hatalık Şok Karşısında Gösterilen Tepkiler (± 2 S.H.)

İlk şekilde iç ticaret hadleri serisinde meydana gelen bir standart hata kadarlık şokun arazi satışları karşılama üzerindeki etkisinin ilk 3 yıl belirsiz kaldığı daha sonra negatif yönde önemli bir etki yaptığı, güven sınırları dikkate alındığında ise etkinin ancak ilk 3 yıldan sonra anlam kazandığı görülmektedir. Bu bulgu uzun dönemde iç ticaret hadleri ile arazi satışları serisi arasında negatif yönlü önemli bir ilişkiyi tahmin etmektedir. Çukurova’da 1980-2013 yılları arasında tarım sektörüne ürün fiyatlarındaki artış tarımda kullanılan girdi fiyatlarına oranla daha az olması bölgedeki tarımsal arazi satış miktarlarını arttırdığı hesaplanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Tarımsal üretim sürecinde toprağı işleyen çiftçilerin arazi üzerindeki haklarının ve bu üretimden dolayı aralarında doğan hukuksal ilişkilerinin biçiminin, gerek o toplumun tarım kesimindeki sosyal yapısını belirlemesi ve gerekse tarımsal üretime etkisi yönünden büyük önemi vardır. Toprağı hukuksal tasarruf biçimleri insanlar arasında farklı sosyal ilişkiler doğurmaktadır. Belirli bir toplumda kişilerin ya da sosyal grupların arazi tasarruf biçimleri farklıdır ve tarih de bu yönden pek zengin örnekler sunmaktadır. İnsanlık toprağın ortak mülkiyetinden, kişisel mülkiyetin en mutlak biçimde uygulandığı anlayışlara değin, çeşitli dönemlerden geçmiştir. Üretim araçlarının mülkiyet durumuna göre yapılacak bir tiplendirme, bu konudaki çeşitlilik göz önüne alınırca çok zordur.

Sermayenin ürettiği artık değerin bir kısmının toprak sahibinin payına düşmesi ölçüsünde ilgilendirilmiştir. İmalatçılık gibi tarımın da kapitalist üretim tarzının egemenliği altında olduğu varsayılarak ticaret hadlerini oluşturan sermaye unsurları ile tarımsal arazi satışları arasındaki ilişki çözümlenmeye çalışılmıştır.

Tahmin edilen var modeli analizi sonucunda “İç ticaret hadleri” ile “Arazi satışları” arasında ters yönlü bir ilişki tahmin edilmiştir. İç ticaret hadleri artımın aleyhine döndüğünde Çukurova bölgesinde arazi satışlarının arttığı tahmin edilmiştir. Yapılan etki-tepki analizi sonucunda iç ticaret hadlerinin arazi satış miktarını üçüncü yıldan sonra etkilediği sonucuna varılmıştır. Varyans ayrıştırma sonuçlarına göre arazi satışlarının üçüncü yılda %73,3’ü kendisi tarafından açıklanırken geri kalan oranı iç ticaret hadleri ile açıklanabilmektedir. Uyum mekanizmasının büyük ölçüde arazi satışı üzerinden işlediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Fakat 3 yıl sonra uyum mekanizması içerisinde dış ticaret hadlerinin payı azımsanmayacak kadar önemli düzeye çıkmaktadır.

İç ticaret hadlerinin tarımın aleyhine olmaya devam etmesi sonucunda gelecekle ilgili satışların artacağını öngörebiliriz. Bu nedenle girdi fiyatları üzerindeki politik kararlar özellikle Tarımsal arazileri üzerinde önemli etkileri olacağı söylenebilir. Bir taraftan çarpık kentleşme diğer taraftan ortadoks mali politikalar bölgedeki arazi satışlarını daha fazla arttırabilir.

Bu sonuçlardan yola çıkarak şu önermelerde bulunabiliriz:

Son yıllarda uygulanmaya konulan verimli işletme büyüklüklerine ulaşma ve arazide parçalılığı önleme için hazırlanmış olan yasal düzenlemelere gerek olmadığı anlaşılmıştır. Özellikle son yirmi yılda devletin uygulamaya koyduğu tarım politikaları ile bunun zaten kendiliğinden gerçekleştiği görülmektedir. Uygulanan liberal politikalar sonucu arazi satış miktarlarındaki artışa bağlı olarak gerçekleşen bu duruma devletin yasalarla müdahale etmesi arazi fiyatlarına yansiyacaktır. Arazi büyüklüklerindeki azalmayı önlemek için yapılan yasal düzenlemeler nedeniyle fiyatlar arazi alıcıları lehine oluşacaktır. Mülksüzleşme ve yoksullaşma eğilimi yoksulların aleyhine olacaktır.

Köylerde özellikle yoğun emek gerektirmeyen ürünlerin tarımı yapılmaktadır. Bu durum tarımsal işletme sahiplerinin kendi emek rezervlerini tarım dışı alanlara yönlentmeleri ile işletmenin emek ihtiyacını köyden ya da kentin çevresindeki yoksul göç gettolarından sağlamasının sonucudur. Bu yapı köylerdeki son yıllarda şekillenen mevcut durumun da muhafaza edilmesine olanak sağlamaktadır. Zamanla işletme büyüklükleri artacaktır. Fakat bu verimli ovalarda ürün deseni çok değişmeyecek; üretilen artı değerin küresel girdi tedarikçilerine aktarılmasına devam edilecektir. Bu nedenle tarım sektöründe temel politika değişikliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle demokratik

ilkelere göre çalışan kolektif işletmeler özendirilmelidir. Her köyün kendi özelliğine göre kollektif işletme yapısı oluşturulmalıdır.

Çukurova’da 1980-2013 yılları arasında tarım sektörüne ürün fiyatlarındaki artış tarımda kullanılan girdi fiyatlarına oranla daha az olması bölgedeki tarımsal arazi satış miktarlarını arttırdığı tahmin edilmiştir.

Kaynaklar

- Aktaş, E. (2004). *Destekleme Ve Teknoloji Politikalarının Çukurova Bölgesinde Mısır Tarımı Üzerine Etkisi*. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Bölümü, Doktora Tezi, Adana.
- Aktaş, E. (2006). Çukurova Bölgesi’nde Pamuk Arz Duyarlılığının Tahmini Üzerine Bir Çalışma. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 2006; (12) 1: 3-8.
- Aktaş, E., İpek, S., Işık, S. (2010a). Türkiye’de Tarım Sektöründe Kullanılan Mazota Yönelik Vergi Ve Destekler. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 2010, 1-6. İzmir.
- Aktaş, E., Tuncer, İ., Aydın, M. (2010b). 1980 Sonrası Ekonomik Krizlerin Türkiye Tarım Sektörü Üzerindeki Etkileri. *IX. Tarım Ekonomisi Kongresi*. Ş.Urfa
- Aktaş, E., Değirmen, S., Sosracı, İ., E., Songur, M.. (2016). Do Diesel Price Fluctuations Induce Economic Convergence Over Agriculture Sector Among Oecd Countries? *17th International Symposium On Econometrics, Operations Research And Statistics*.S52-63.
- Doğan, H. (2016). *1980 Sonrasında Adana Ova Kesimindeki Tarım İşletmelerinde Arazi Tasarruf Biçimlerindeki Değişim Ve Arazi Birikim Süreci*. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Bölümü, Doktora Tezi, Adana.
- Kip, E. (1980). Türkiye’de İç Ticaret Hadleri. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 1(3), 7–36.
- Pindyck, Robert S. Ve Daniel L. Rubinfeld (1991). *Econometric Models & Economic Forecasts*, Mcgraw-Hill Inc. Third Edition.
- Şahinöz, A.(2011). *Neolitik’ten Günümüze Tarım Ekonomi Ve Politikaları*. Turhan Kitabevi, Ankara.

SOSYAL GELİŞME ENDEKSİNE DAYALI TEMEL İNSANİ İHTİYAÇLAR VE FIRSATLAR ALT ENDEKSLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ*

Ebru ÖZGÜR GÜLER¹
Hüseyin GÜLER²
Sera ŞANLI³

ÖZ

Temelleri Dünya Ekonomi Forumunda atılan Sosyal Gelişme Endeksi (SGE), hem ekonomik hem de sosyal gelişimi başarmayı gerektiren içsel büyümeye öncülük edecek stratejilere yönelik sistematik bir temel oluşturmayı hedefleyen bir endekstir. Bu çalışmada 138 ülke için Kanonik Korelasyon Analizi uygulanarak 2016 SGE'nin "Beslenme ve Temel Tıbbi Bakım", "Su ve Temizlik", "Barınma" ve "Kişisel Güvenlik" olmak üzere dört değişken içeren "*Temel İnsani İhtiyaçlar*" (TİH) alt endeksi ile "Kişisel Haklar", "Kişisel Özgürlükler ve Seçim Hakkı", "Tolerans ve Katılım" ve "Yüksek Öğretime Erişim" bileşenlerinden oluşan "*Fırsatlar*" (FRS) alt endeksi arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Birinci kanonik korelasyon katsayısı 0,880 olarak hesaplanmış olup, TİH ve FRS değişken kümeleri arasındaki yüksek ilişkinin varlığına işaret etmektedir. Standartlaştırılmış kanonik katsayılar göre, TİH değişken kümesine en büyük katkı 'barınma' değişkeninden gelmiştir. FRS kümesindeki en etkili değişkenin ise 'yüksek öğretime erişim' olduğu saptanmıştır. Kanonik çapraz yükler incelendiğinde ise ilk kanonik değişken çifti için en büyük katkılar 'barınma' ve 'yüksek öğretime erişim' değişkenleri tarafından sağlanmıştır. Tüm yorumlanabilir fonksiyonlar dikkate alınarak kanonik ortak yük katsayıları incelendiğinde; tüm değişkenler arasında 'kişisel haklar' ve 'tolerans ve katılım' değişkenlerinin modele fayda sağlamadığı söylenebilir. Öte yandan, TİH kümesi için belirleme endeksi 0,615 olarak bulunurken, FRS kümesi 0,475 ile daha düşük bir belirleme endeksine sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Kanonik Korelasyon Analizi, Belirleme Endeksi, Sosyal Gelişme Endeksi

THE RELATIONSHIP BETWEEN BASIC HUMAN NEEDS AND OPPORTUNITY BASED ON SOCIAL PROGRESS INDEX

ABSTRACT

Social Progress Index (SPI) whose fundamentals have been thrown in the World Economy Forum is an index which aims to form a systematic basis for guiding strategies for inclusive growth which requires achieving both economic and social progress. In this research, it has been aimed to determine the relations among "Basic Human Needs" (BHN) (including four variables of "Nutrition and Basic Medical Care", "Water and Sanitation", "Shelter" and "Personal Safety") and "Opportunity" (OPT) (that is composed of "Personal Rights", "Personal Freedom and Choice", "Tolerance and Inclusion", and "Access to Advanced Education" components)

¹Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, ozgurebru@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1514-0474

²Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, hguler@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7807-526X

³Arş. Gör., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, sanlis@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4827-1032

* Bu çalışma, TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) - BİDEB (Bilim İnsanı Destekleme Daire Başkanlığı) tarafından 2211-E Doğrudan Yurt İçi Doktora Burs Programı kapsamında desteklenmiştir.

Received/Geliş: 31/05/2019 Accepted/Kabul: 16/07/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Özgür Güler, E., Güler, H. ve Şanlı, S. (2019), "Sosyal Gelişme Endeksine Dayalı Temel İnsani İhtiyaçlar Ve Fırsatlar Alt Endeksleri Arasındaki İlişki", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.55-70.

dimensions of 2016 SPI for 138 countries by carrying out Canonical Correlation Analysis (CCA). The first canonical correlation coefficient has been found as 0.880 indicating to the high relationship between BHN and OPT variable sets. According to the standardized canonical coefficients, the largest contribution to BHN set of variables has come from 'shelter' variable. The most effective variable in OPT set has been detected to be 'access to advanced education'. When canonical cross loadings are examined, for the first pair of canonical variates, the largest contributions have been provided by 'shelter' and 'access to advanced education' variables. When canonical communality coefficients are examined across all interpretable functions; amongst all variables, 'personal rights' and 'tolerance and inclusion' variables can be said not to be useful in the model. On the other hand, while redundancy index for BHN set has been found to be 0.615; OPT set has a lower redundancy index with 0.475.

Keywords: Canonical correlation analysis, Redundancy index, Social progress index.

Giriş

Sosyal Gelişme Endeksi (SGE); hükümet, şirket ve sivil toplumdaki sosyal yenilikçilere, ülkelerindeki ve toplumlarındaki önemli sosyal ve çevresel sorunları ele almaya yardımcı olacak pratik bir araç olarak tasarlanmıştır. 2013 yılında ilk SGE'nin ortaya çıkışından beri Social Progress Imperative kuruluşu, sosyal gelişmeyi ilerletecek çözümler üzerinde işbirliği yapmak ve uygulamak adına bu araçtan faydalanmak için bir ortaklar ağı oluşturmaktadır (Social Progress Imperative, 2016: 23). SGE, sosyal gelişmeyi "toplumun vatandaşlarının temel insani ihtiyaçlarını karşılama, vatandaşların ve toplumların yaşam kalitesini artırmalarına ve sürdürmelerine izin veren yapı taşlarını oluşturmaları ve tüm bireylerin tam potansiyellerine ulaşmaları için gerekli koşulları yaratma kapasitesi" olarak tanımlanmaktadır (Social Progress Imperative, 2016: 12).

İnsani Kalkınma Endeksi, OECD Daha İyi Yaşam Endeksi gibi çoğu refah göstergeleri GSYİH'yi ya da diğer iktisadi ölçüleri doğrudan içermektedir. Ne var ki bu ölçüler, ekonomik ve sosyal faktörleri birleştirdiğinden ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme arasındaki ilişkiyi açıklayamayıp analiz edememektedirler. SGE, sosyal gelişmeyi ekonomik kalkınmadan bağımsız olarak hem bütünsel hem de titiz bir şekilde doğrudan ölçmektedir. SGE, diğer endekslere göre bir ülkenin sosyal ve çevresel faktörlerindeki performansını ekonomik performansın bir bileşen olarak dahil edildiği durumdaki daha anlamlı ve kesin bir şekilde değerlendirmek için kullanılabilir. SGE, en yoksul ülkelerin temel ihtiyaçlarının ötesine geçen geniş bir ölçüm çerçevesi olarak tasarlanmıştır. Tüm gelir düzeyindeki ülkelerle ilişkilidir ve sadece mevcut zorlukları ve bugünün önceliklerini değil, ülkelerin ekonomik refahı arttıkça karşılaştıkları zorlukları da ele almayı amaçlamaktadır (Social Progress Imperative, 2016: 35).

'Social Progress Imperative', sosyal ve çevresel gelişmeyi teşvik etmede kurumları ve hükümetleri bir araya getiren uluslararası sosyal gelişim ağını temsil etmekte olup bu kuruluş tarafından yayınlanan SGE çoklu göstergelere dayanarak insani gelişmenin çoklu boyutlarını ölçer. Social Progress Imperative kuruluşuna göre bu göstergeler gelişmenin üç boyutunu ele almaktadır: Temel İnsani İhtiyaçlar, Refahın Temelleri ve Fırsatlar. Bu üç boyut; aralarında Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Ekonomi ve Barış Enstitüsü ve Dünya Bankası'nın da bulunduğu birçok uluslararası kuruluşlardan toplanan ilgili göstergelere dayanılarak değerlendirilmektedir. Her bir gösterge, kendi sosyal gelişme bileşeni içinde ağırlıklandırılır. 'Social Progress Imperative' kuruluşuna göre, endeks her ülkenin bütünsel bir değerlendirmesini yapabilmek adına her bir göstergenin en iyi şekilde nasıl ağırlıklandırılacağını belirlemek için bir temel bileşen analizi yöntemi kullanılmaktadır. Her ülke, sosyal gelişmenin her bir bileşeni tarafından

0'dan 100'e kadar bir ölçek üzerinde puanlanır ve daha sonra 0-100 ölçeğinde de her ülkeye bu bileşenlerin her birindeki performanslarına dayalı olarak toplam skorları verilir (Wright, 2016: 6).

İlk olarak 2013 yılında piyasaya sürülen beta sürümü üzerine 2014 yılında yayınlanan SGE, sosyal ve çevresel performansın kapsamlı bileşenlerini ölçer ve bunları genel bir çerçeveye dönüştürür. Endeks, politika yapımcılar GSYİH üzerinde sosyal performansın dışlanmasına odaklanırken nelerin eksik olduğu konusunda dünya çapındaki paydaşlarla yapılan kapsamlı tartışmalara dayanılarak geliştirilmiştir. SGE oluşturulurken, Amartya Sen'in sosyal gelişime yaptığı katkılardan da esinlenilmiştir. Endeks, dört temel ilkeyi bünyesinde bulundurmaktadır: Birincisi; endeksin yalnızca sosyal ve çevresel göstergelerle ilgilenmesidir. İktisadi yaklaşımlar veya sonuçlardan ziyade, sosyal gelişmeyi doğrudan ölçmek amaçlanmıştır. Ekonomik göstergeler hariç tutularak ilk kez ekonomik gelişme (örneğin kişi başına düşen GSYİH ile ölçülen) ve sosyal gelişme arasındaki ilişki titizlikle ve sistematik olarak analiz edilebilir olacaktır. İkinci olarak; endeks, girdileri değil gerçek insanların yaşamları için önemi olan sonuçları ölçmeyi amaçlamaktadır. Örneğin, bir ülkenin sağlık hizmetleri için ne kadar harcama yaptığını veya bu hizmetlere ne kadar çaba harcadığını değil; başarılı sağlıklı yaşamını ölçmeyi hedefler. Üçüncü olarak; endeks, toplumların sağlığının birçok yönünü kapsayan sosyal gelişmenin bütüncül bir ölçüsünü oluşturmaya çalışır yani tüm ülkeleri ilgilendiren ve bütünsel bir yanı vardır. Son olarak, uygulanabilir olma ilkesi ile endeks; hükümet, şirket ve sivil toplum liderlerinin ve uygulayıcılarının daha hızlı bir sosyal gelişmeyi sağlayacak politika ve programları uygulamalarına yardımcı olacak pratik bir araç olmayı amaçlamaktadır ve bu hedefe ulaşmak için, doğrudan uygulanabilecek belirli alanlara odaklanan sonuçları ayrıntılı bir şekilde ölçer. Endeks, 12 bileşen ve 53 farklı gösterge etrafında yapılandırılmış olup; sadece toplam bir ülke skoru ve sıralaması sağlamakta kalmayıp, aynı zamanda belirli güç ve zayıflık alanlarındaki kıyaslamalara da izin vermektedir (Social Progress Imperative, 2016: 31).

SGE, "GSYİH'nin ötesinde" yaklaşımını benimseyerek açık bir şekilde ekonomik olmayan faktörlere odaklanmaktadır. Her bir bileşen için göstergelerin seçimi; değerlendirilen olgunun yeterli bir temsilini sağlamak için yeterli düzeyde hesaplanıp hesaplanmadığına, kasıtlı olarak aşırı değerlemeden şeffaflık ve bağımsızlığı sağlayarak kamuya açık olup olmadığına; ve endekse dahil edilen (tümü olmasa bile) önemli sayıda ülkeyi kapsayıp kapsamadığına dayanır (Vorobyev, Solntsev & Osokin, 2018: 18).

Tablo 1'de SGE'nin alt boyutlarına yer verilmektedir. SGE'nin üç boyutundan ilki olan 'Temel İnsani İhtiyaçlar', beslenme ve temel tıbbi bakıma erişimi, güvenli içme suyunun mevcudiyetini, temel hizmetlerle yeterli konutların erişilebilirliğini ve toplumun güven içinde olup olmadığını ölçerek bir ülkenin halkının temel ihtiyaçlarını ne kadar iyi karşıladığını değerlendirir. İkinci boyut olan 'Refahın Temelleri' ise vatandaşların hem ülke içinden hem de ülke dışından bilginin yanı sıra temel eğitime erişimlerinin olup olmadığını ve koşulların sağlıklı yaşam sürmek için yeterli olup olmadığını ölçmekle birlikte aynı zamanda bir ülkenin şu anki ve gelecekteki refahı için büyük önem taşıyan hava, su ve arazi gibi doğal ortamını korumasını da ölçer. Son boyut olan 'Fırsatlar' ise bir ülkenin vatandaşlarının kişisel hak ve özgürlüklerine ne dereceye kadar sahip olduklarını, kendi kişisel kararlarını verip veremediklerini ve bir toplumdaki önyargıların veya düşmanlıkların bireylerin potansiyellerine ulaşmasını engelleyip engellemediğini ölçmektedir. Her üç boyutta da dört bileşen yer almaktadır ve bu bileşenler de kendine

özgü 3 ile 5 değişken arasında sonuç göstergesi içermekte olup, genel SGE skoru ise yukarıda bahsedilen üç boyutun basit ortalaması olarak belirlenir (Social Progress Imperative, 2016: 32-33). SGE'nin temel yeniliklerinden biri, ülke verilerini mutlak bir temelde çapraz analiz etmek yerine ülkelerin nispi güçlü ve zayıf yanlarını incelediği, açık bir kıyaslama aracı sunmasıdır. Bu yaklaşım, benzer gelir düzeyindeki ülkelerle karşılaştırıldığında, ülkelerin performansının belirlenmesine olanak sağlar. Ülkeler, dört yıllık ortalama kişi başı GSYİH kullanılarak 15 kişilik gruplar halinde sınıflandırılmaktadır. Gruplar tanımlandığında, bir ülkenin SGE skoru grup içindeki medyan değerle karşılaştırılır. (Vorobyev, Solntsev & Osokin, 2018: 19).

Tablo 1. Sosyal Gelişme Endeksi'nin Yapısı

SOSYAL GELİŞME ENDEKSİ		
Temel İnsani İhtiyaçlar	Refahın Temelleri	Fırsatlar
1. Beslenme ve Temel Tıbbi Bakım	1. Temel Bilgiye Erişim	1. Kişisel Haklar
2. Su ve Temizlik	2. Bilgiye ve Haberleşmeye Erişim	2. Kişisel Özgürlükler ve Seçim Hakkı
3. Barınma	3. Sağlık	3. Tolerans ve Katılım
4. Kişisel Güvenlik	4. Ekosistemin Sürdürülebilirliği	4. Yüksek Öğretime Erişim

Kaynak: Social Progress Imperative (2016).

Bu çalışmada 2016 yılına ait SGE'nden yola çıkılarak "Social Progress Imperative" web sitesinde yer alan ve eksik veri içermeyen 138 ülke için, iki değişken kümesi arasındaki korelasyonu maksimize edecek şekilde işleyen kanonik korelasyon analizi yaklaşımı kullanılarak 'Beslenme ve Temel Tıbbi Bakım', 'Su ve Temizlik', 'Barınma' ve 'Kişisel Güvenlik' olmak üzere dört değişken içeren "*Temel İnsani İhtiyaçlar*" (TİH) değişken kümesi ve 'Kişisel Haklar', 'Kişisel Özgürlükler ve Seçim Hakkı', 'Tolerans ve Katılım' ve 'Yüksek Öğretime Erişim' bileşenlerinden oluşan "*Fırsatlar*" (FRS) değişken kümesi arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

GSYİH'nin ötesinde yaklaşımını benimseyerek ekonomik olmayan faktörleri ele alan yapısıyla SGE, son zamanlarda ilgi duyulan çalışma konuları arasında olmuştur.

Sökmen (2014), 2014 yılına ilişkin SGE skorlarının dağılımını Türkiye için yorumlayarak 'Temel İnsani İhtiyaçlar' alt endeksinde Türkiye'nin performansının kendi gelir düzeyine benzer ülkelerdeki gibi iyi olduğuna, ancak 'Fırsatlar' alt endeksinde ilişkin göstergelerin çoğunda grubunun gerisinde kaldığına ve bu endekse ilişkin en başarısız olunan göstergenin "Tolerans ve Katılım" olduğuna vurgu yapmıştır.

Coşkun, Özgenç ve Güneş (2015), SGE modeline dayanarak 2013 yılı sonuçlarına ilişkin Türkiye'nin endeks boyutları itibarıyla görünümünü endeksin genel sonuçlarıyla mukayesesini yaparak kötü performans sergilenen göstergeleri iyileştirmeye yönelik önlemlerin neler olması gerektiğini ele almıştır. 2013 yılı endeksinde göre 50 ülke içinde 20. sırada yer alan Türkiye'nin 'Temel İnsani İhtiyaçlar', 'Refahın Temelleri' ve 'Fırsatlar' kategorilerinde en başarılı olduğu bileşenlerin sırasıyla barınma, sağlık ve

yüksek öğretime erişim olduğuna; genel olarak üç boyut incelendiğinde en düşük performansın 'Fırsatlar' alanında gözlemlendiğine ve dolayısıyla iyileştirici çalışmalara en fazla ihtiyaç duyulan alanın 'Fırsatlar' alanı olduğuna dikkat çekilmiştir.

Jitmaneroj (2017), SGE'ndeki her bileşenin SGE'ne denk ve bağımsız bir katkısı olduğu varsayımını kaldırarak endeksin bileşen skorları arasındaki nedensel ilişkileri incelemek ve reform öncelikleri için kritik bileşenleri tanımlamayı amaçlamıştır. Sonuç olarak sosyal gelişmeyi hızlandırmak için politika yapıcıların öncelik sırasına göre; kişisel özgürlük ve seçim, kişisel haklar, yükseköğretime erişim, su ve temizlik, bilgiye ve haberleşmeye erişim, tolerans ve katılım, kişisel güvenlik, barınma, ekosistemin sürdürülebilirliği, beslenme ve temel tıbbi bakım, sağlık ve son olarak temel bilgiye erişim alt başlıkları için kaynak ayırmaları gerektiğini önermiştir.

Karmowska (2017), AB toplumlarının kalkınmasını ve AB-28 üye devletlerinin sosyal gelişmesini analiz ederek değerlendirmeyi amaçlamıştır. Sürdürülebilir Toplum Endeksi ve SGE'ni analiz ederek AB-28 ülkelerinin insan refahı açısından yüksek düzeyde sürdürülebilirliğe ulaştıklarını ve bu boyutta aralarında belirgin bir yakınsama olduğunu ortaya koymuştur. Çevre refahı ve ekonomik refaha ilişkin olarak ise AB-28'deki varyasyonun çok daha büyük (yaklaşık % 40) olduğu ve ülkeler arası farklılıklara işaret ettiği; ayrıca AB-28 genelinde en iyi ele alınan boyutun temel insani ihtiyaçlar iken, refahın temelleri ve fırsat boyutlarının biraz daha düşük skorlar seyrettiği ve daha büyük bir varyasyon gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Tosunoğlu ve Özsoy (2017), Türkiye'nin 2016 yılı için İnsani Gelişme Endeksi, Sürdürülebilir Kalkınma Endeksi ve SGE'ndeki konumunu değerlendirerek Türkiye'nin orta gelir tuzağı riskiyle karşı karşıya kaldığı ve gelişmişlikte arafta kalan bir ülke olduğu yani ne gelişmiş ülkeler ne de az gelişmiş ülkeler arasında yer aldığı sonucuna varmıştır.

Alonso-Martínez (2018), farklı tiplerdeki patentlerin (örneğin, yurtdışında icat edilen patentler ve yabancı ülkelerde araştırmacılar tarafından icat edilen patentler) SGE üzerindeki etkisinin ampirik bir değerlendirmesini sunarak uluslararası patent işbirliğinin (IPC) ülke düzeyindeki sosyal gelişmeyi nasıl etkilediğine odaklanmıştır ve 2009-2016 dönemi boyunca 35 OECD ülkesinden oluşan bir örneklemden panel verilerini kullanarak, farklı IPC türlerinin ülkelerin sosyal gelişimi için farklı etkileri olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Bulgular yurtdışında icat edilen patentlerin; sosyal gelişmenin kişisel haklar, özgürlük ve seçim, tolerans ve yükseköğretim ile ilişkili yönleri üzerinde temel insani ihtiyaçlardan daha fazla olumlu etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Ergül ve Yavuz (2018), İnsani Kalkınma ve Sosyal Gelişme Endekslerine ilişkin değişken kümeleri arası ilişkileri ortaya koymak için kanonik korelasyon ve robust kanonik korelasyon analizlerini uygulayarak bu iki yöntemin performanslarını karşılaştırmıştır. Kullandıkları veri kümesi çok değişkenli normal dağılıma sahip olmadığında, robust kanonik korelasyon analizinin kullanımını önermiştir.

Fehder, Porter ve Stern (2018), toplumsal performansın yalnızca ekonomik olmayan boyutlarına odaklanarak SGE'ni önermişlerdir ve GSYİH ile sosyal gelişimin birbiriyle ilişkili ancak farklı olduğuna dikkat çekerek GSYİH ile en az ilişkili olan sosyal gelişme boyutunun öznel refahla güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu, ayrıca sosyal gelişme ve refah arasındaki ilişkinin daha düşük göreceli gelir düzeyindeki ve düşük eğitim kazanımındaki bireyler için daha fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Ilie, Garcia ve Cardoza (2018), SGE'nden hareketle Latin Amerika'da kadınların sosyal gelişimini analiz etmek için faydalanıcıların bakış açılarından ve deneyimlerinden

cinsiyet eşitliğini geliştirmek için tasarlanan sosyal, kurumsal ve düzenleyici ölçütlerin koşullarına ve etkilerine kadar her şeyi ölçen bir metodoloji önermiştir. Modelin içinde, medeni haklar, eğitim potansiyeli, ekonomik potansiyel ve siyasi potansiyel olmak üzere dört bileşen yer almaktadır. Bu bileşenlere ilişkin göstergeler ise eğitimde sivil eşitlik yasaları, eşitlik politikalarına erişim, esnek işgücü planlarına erişim, girişimcilik kolaylığı, kamudaki memuriyetlerine ve siyasi liderliğe erişimde eşitlik ve çevrede cinsiyetin rolünün algılanması olarak özetlenebilir. Bolivya, Kosta Rika, Ekvador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nikaragua, Panama ve Peru'dan kadın profesyonellerden veya girişimcilerden alınan cevaplarla Latin Amerika'daki kadınların onları destekleyecek kamu girişimleri ve özel girişimlerin yeterince farkında olmadıkları, farkında olsalar bile mevcut programlara erişiminin zor olduğu ve programların çok az etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Malay ve Cassiers (2018), Gayrisafi Milli Mutluluk Endeksi'ni ve SGE'ni karşılaştırarak mikro ve makro düzeylerin koordinasyonu yoluyla ekolojik ve sosyal dönüşümü destekleyebilecek göstergelere odaklanmıştır.

Yöntem

Kanonik Korelasyon Analizi (KKA)

Kanonik korelasyon analizine (KKA) ilişkin temel teorinin gelişimi ilk olarak Hotelling (1936) sayesinde olmuştur. Günümüzde istatistiksel yazılım programlarının yaygınlaşmasıyla KKA'nın uygulanabilirliği oldukça kolay hale gelmiştir. Bununla birlikte, KKA'yı çoklu regresyon analizinden ayrı düşünmek yanlış olur.

$$U_1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \dots + a_{1p}X_p \quad (1)$$

$$V_1 = b_{11}Y_1 + b_{12}Y_2 + \dots + b_{1q}Y_q \quad (2)$$

(1) no'lu denklem X değişkenlerinin doğrusal kombinasyonunu göstermekte olup bu kombinasyon yeni değişken U_1 ile ifade edilirken, (2) no'lu denklem de Y değişkenlerinin doğrusal kombinasyonu olan yeni değişken V_1 'i göstermektedir. Bağımlı ve bağımsız değişken kümelerini içeren ve böylelikle orijinal değişkenlerden türetilen bu yeni değişkenler, kanonik değişkenler olarak bilinir. KKA, $a_{11}, a_{12}, \dots, a_{1p}$ ve $b_{11}, b_{12}, \dots, b_{1q}$ katsayılarını U_1 ve V_1 arasındaki korelasyonu (yani C_1 ile ifade edilen kanonik korelasyonu) maksimize edecek şekilde tahmin ederek bir değişkenden daha fazla değişkenin içerildiği iki çok değişkenli kümenin kombinasyonları arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlayan analitik bir çerçevedir. Burada C_1 birinci kanonik korelasyonu temsil ederken a ve b katsayıları da ham kanonik katsayılar olarak adlandırılır. C_1 'in belirlenmesinin ardından aynı yöntem X ve Y değişken kümelerinden oluşturulan U_2 ve V_2 yeni doğrusal kombinasyonlarının arasındaki korelasyonu maksimize edecek şekilde ikinci kanonik korelasyon C_2 'yi elde etmek için uygulanır. (U_1, V_1) ve (U_2, V_2) kanonik değişken kümeleri birbirleriyle ilişkisizdir. Bu yöntem takip edilerek, süreç C_m olarak da adlandırılan m 'inci kanonik değişkenler arasındaki korelasyon maksimum olana kadar devam ettirilir. Yeni oluşturulan kombinasyonlar şu şekilde gösterilebilir:

$$U_m = a_{m1}X_1 + a_{m2}X_2 + \dots + a_{mp}X_p \quad (3)$$

$$V_m = b_{m1}Y_1 + b_{m2}Y_2 + \dots + b_{mq}Y_q \quad (4)$$

KKA'nın temelini oluşturan yöntem şu kısıtlara bağlıdır:

$$Cor(U_j, U_k) = 0 \text{ her } j \neq k \text{ için} \quad (5)$$

$$Cor(V_j, V_k) = 0 \text{ her } j \neq k \text{ için} \quad (6)$$

ve bu durum maksimizasyon probleminden başka bir şey değildir (Sharma, 1996).

Kanonik korelasyonlar hem korelasyon hem de kovaryans matrisleri yoluyla hesaplanabilir (Alpar, 2011). Ölçüm birimleri ve veri kümesindeki değişken varyanslarının farklılık göstermesi durumunda, her iki değişkenin standartlaştırılması gerekir ya da KKA bu durumda korelasyon analizi temel alınarak uygulanmalıdır. Çünkü farklı varyanslı veri kümeleri için kovaryans matrisine ve korelasyon matrisine göre elde edilen sonuçlar arasında farklılıklar varken, verilerin standartlaştırılması iki yöntem arasındaki çözüm farklılıklarını ortadan kaldırır (Çankaya, 2005).

Kanonik değişkenlerin ve korelasyonların yorumlanmasından önce ilk adım kanonik korelasyonların anlamlılığının test edilmesidir. Kanonik korelasyonların anlamlılığı için geliştirilen farklı yaklaşımlar vardır. Bu yaklaşımlar arasında en sık kullanılan Bartlett (1941) tarafından önerilen Wilks' Lambda (Λ)'dır. Bu yaklaşım hangi kanonik değişken çiftlerinin anlamlı olduğunu belirlemeye yarar. Bu amaçla oluşturulan sıfır ve alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir:

$$H_0: C_1 = C_2 = \dots = C_m = 0 \quad (7)$$

$$H_1: \text{En az bir } C_i \neq 0.$$

Bu süreçte, yalnızca anlamlı kanonik korelasyonları ele alıp yorumlamak uygun olacaktır. Bu aşamada iki önemli noktaya dikkat edilmelidir. Gözlem sayısının fazla olması durumunda zayıf kanonik korelasyon katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı bulunması durumuyla karşılaşılması olası olduğundan, böyle durumlarda istatistiksel anlamlılıktan ziyade pratikte anlamlılığı ele alıp yorumlamak daha uygun olacaktır. Benzer şekilde, güçlü kanonik korelasyon katsayılarının varlığı iki değişken kümesi arasındaki korelasyon katsayısının mutlaka yüksek olacağı anlamına gelmez. Çünkü, kanonik korelasyon aracılığıyla bir değişken kümesindeki varyansın diğer küme tarafından açıklanan miktarı değil, değişken kümelerindeki doğrusal kombinasyonlar arası korelasyon maksimize edilmeye çalışılmaktadır.

(7)'de ifade edilen hipotezi test etmek için kullanılan Wilks' Lambda (Λ) istatistiği

$$\Lambda = \prod_{i=1}^m (1 - C_i^2) \quad (8)$$

şeklindedir. Burada $m = \min(p, q)$ koşulunu sağlayan hesaplanan kanonik korelasyonların sayısıdır. Λ , 0 ile 1 arasında değerler alır ve bağımsız değişkenler tarafından açıklanmayan hata varyansını temsil ettiğinden çoklu korelasyon katsayısının karesi R^2 'nin tersi şekilde yorumlanır. Dolayısıyla, Λ 'nın 1 değerini alması bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkendeki varyansı hiç açıklayamadığını ifade ederken Λ 'nın 0 değerini alması ise tam tersi durumun geçerli olduğunu yani bağımlı değişkendeki varyansın tamamının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı anlamına gelir. Bu nedenle, Lambda değerinin 1'den çıkartılması R^2 'ye karşılık gelecektir (Munro, 2005).

Stewart ve Love (1968), bir değişken kümesindeki varyansın diğer küme tarafından açıklanan oranını belirlemek için bir belirleme ölçüsü (Redundancy Measure, RM) önermişlerdir. Yüksek bir belirleme, yüksek öngörülebilirlik anlamına gelir. Sharma (1996), RM_{U_i/V_i} 'yi i .nci kanonik korelasyon R_i için Y değişkenlerindeki varyansın X değişkenleri tarafından açıklanan miktarı olarak tanımlar. Bu endeksin hesaplanması iki aşama içerir. İlk olarak, Y değişkenlerindeki i .nci kanonik değişken (V_i)'nin açıkladığı

ortalama varyans miktarı belirlenir ki bu da ortalama kareli yapı katsayısına eşittir ve $AV(Y/V_i)$ ile gösterilir:

$$AV(Y/V_i) = \frac{\sum_{j=1}^q LY_{ij}^2}{q} \quad (9)$$

Burada LY_{ij}^2 , j . nci Y değişkeninin i . nci kanonik değişken üzerindeki yüküdür. Bir yapı korelasyonu, bir kanonik değişken ve kümesindeki orijinal değişken arasındaki ilişkiyi tanımlar. Yapı katsayılarının, regresyon analizinden elde edilen standartlaştırılmış beta ağırlıkları üzerine avantajı çoklu doğrusallık probleminden etkilenmiyor olmalarıdır. Pedhazur'un (1997) belirtildiği gibi, 0,3'e eşit ya da daha büyük olan yapı katsayıları (r_s) anlamlı kabul edilir (Sapp, 2002). Yapı katsayılarının kareleri, karesi alınmış kanonik yapı katsayıları (r_s^2) olarak adlandırılır. Kanonik değişkenler ve diğer değişken kümelerindeki orijinal değişkenler arasındaki çoklu korelasyon katsayılarının kareleri olan yapı katsayıları incelendiğinde, diğer değişken kümesindeki orijinal değişkenlere ait varyasyonun ne kadarının her bir kanonik değişken tarafından açıklanabileceği ifade edilir. Belirli bir değişken için tüm yorumlanabilir fonksiyonlar ele alındığında yapı katsayılarının kareleri toplamı h^2 ile temsil edilen kanonik ortak yük katsayısını verir. Bu kanonik ortak yük katsayısı, belirli bir orijinal değişkenin varyansının ne kadarının kanonik değişkenlerden sağlandığı bilgisini verir. Faktör analizine benzer olarak, modelin çalışmadığını ima eden düşük katsayı bulgusu böyle düşük katsayılı değişkenleri analizden dışlayabilmek için yararlı olabilir (Moutinho ve Hutcheson, 2011; Sherry ve Henson, 2005). R_i^2 , U_i ve V_i arasında paylaşılan varyansın bilgisini verdiğinden; RM , karesi alınmış kanonik korelasyon R_i^2 ile ortalama kareli yapı katsayısı $AV(Y/V_i)$ 'nin çarpımı olarak hesaplanır:

$$RM_{U_i/V_i} = AV(Y/V_i)R_i^2 \quad (10)$$

Kısacası belirleme analizi, bağımsız kanonik değişkenin orijinal bağımlı değişkenlerin değerlerini ne kadar iyi kestirdiğini veya bağımlı kanonik değişkenin, orijinal bağımsız değişkenlerin değerlerini ne kadar iyi kestirdiğini belirlemek açısından önemlidir (Sharma, 1996; Moutinho ve Hutcheson, 2011; Norman ve Streiner, 2003; Gittins, 1985).

Veri Kümesi

Bu çalışmada, KKA uygulanarak "Social Progress Imperative" web sitesinde yer alan ve eksik veri içermeyen 138 ülke için 2016 SGE'nin 'Temel İnsani İhtiyaçlar' (TİH) ve 'Fırsatlar' (FRS) boyutlarının 8 bileşeni ile ilişkili veriler kullanılarak bu iki değişken kümesi arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Uygulama için SPSS paket programından yararlanılmış olup, çalışmadaki 8 bileşen iki kümeye gruplandırılmıştır. Birinci küme TİH boyutunun 4 bileşeni olan "Beslenme ve Temel Tıbbi Bakım (X_1)", "Su ve Temizlik (X_2)", "Barınma (X_3)" ve "Kişisel Güvenlik (X_4)" değişkenlerini içerirken; ikinci küme FRS boyutunun 4 bileşeni olan "Kişisel Haklar (Y_1)", "Kişisel Özgürlükler ve Seçim Hakkı (Y_2)", "Tolerans ve Katılım (Y_3)" ve "Yüksek Öğretime Erişim (Y_4)" değişkenlerini içermektedir.

Araştırma Bulguları

Bu çalışmada, her iki kümedeki değişken sayısı eşit olduğundan, hesaplanabilecek kanonik korelasyon sayısı 4'tür ($\min(p, q) = 4$). Tablo 2'de iki kümede yer alan değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları verilmiştir. Buna göre, "Yüksek Öğretime

Erişim (Y_4)” ve “Beslenme ve Temel Tıbbi Bakım (X_1)”, “Su ve Temizlik (X_2)”, “Barınma (X_3)” değişkenleri arasında çok güçlü bir ilişki vardır. Ayrıca “Kişisel Özgürlükler ve Seçim Hakkı (Y_2)” ile “Barınma (X_3)” arasında da 0,7236’lık bir korelasyon katsayısı ile yüksek bir ilişki gözlenmiştir.

Tablo 2. Farklı Kümelerde Yer Alan Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları

	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4
X_1	0,3969	0,6187	0,4233	0,7787
X_2	0,4569	0,6914	0,4785	0,8298
X_3	0,4340	0,7236	0,5087	0,8417
X_4	0,5216	0,6192	0,5323	0,6306

Tablo 3’de, TİH ve FRS değişken kümeleri arasındaki ilişkileri saptamak amacıyla uygulanan KKA’dan elde edilen kanonik korelasyon katsayıları ve bu katsayıların anlamlılık testleri sunulmuştur. Sadece istatistiksel olarak anlamlı bulunan kanonik korelasyon katsayılarının yorumlanması gerektiğinden, anlamlılık testleri büyük önem taşır. Böylelikle, Tablo 3’te kanonik korelasyon katsayılarıyla ilişkili anlamlılık testlerinden birini belirten Wilks’ Lambda istatistiği ile ilişkili ki-kare değerleri incelendiğinde, ilk iki kanonik değişken çiftinden hesaplanan birinci (0,880) ve ikinci (0,312) kanonik korelasyon katsayılarının %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı oldukları görülür. Öte yandan, Sherry ve Henson’da (2005) belirtildiği gibi Wilks’ Lambda istatistiği değişken kümeleri arasında paylaşılmayan varyans miktarını yansıtmaması bakımından çok kullanışlı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, lambda değerini 1’den çıkarttığımızda modelin tamamı için 0,809 (1 – 0,191)’luk genel bir etki bulmuş oluruz. Elde edilen bu değer, yorumlayıcı bir perspektiften bakıldığında çoklu R-kare’ye benzer olarak kabul edilebilir; böylece, tüm kanonik değişken çiftleri boyunca değişken kümeleri arasında paylaşılan varyansın oranını ifade eder (Sherry ve Henson, 2005). Bu açıklamadan yola çıkarak, 0,809’luk genel etkinin modelin tamamının istatistiksel olarak anlamlı sayılabilmesi için yeterince büyük olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Kanonik Korelasyon Katsayıları ve Anlamlılık Testleri

Değişken Çifti	Katsayı	Wilks’ Lambda	Ki - Kare	Serbestlik Derecesi	p
1	0,880	0,191	219,104	16	0,000
2	0,312	0,847	21,963	9	0,009
3	0,242	0,938	8,435	4	0,077
4	0,058	0,997	0,439	1	0,508

Kanonik değişken çiftlerine ait ve regresyon modelindeki beta ağırlıklarına denk olan standartlaştırılmış kanonik katsayılar Tablo 4’te verilmiştir. Tablo 4’te verilen kanonik değişken çiftlerine ait standartlaştırılmış kanonik katsayıları kullanılarak, U ve V için dört farklı doğrusal kombinasyon oluşturulabilir. Kanonik korelasyon katsayılarıyla ilişkili olarak uygulanan anlamlılık kontrollerinde, yalnızca ilk iki kanonik değişken arasındaki korelasyon katsayısının anlamlı olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte, birinci kanonik korelasyon katsayısı (0,880) belirgin bir farkla ikinci katsayıdan

(0,312) daha büyük olduğundan; iki değişken kümesi arasında en yüksek kanonik korelasyona sahip olacak şekilde hesaplanan birinci kanonik değişken çiftini ele almak oldukça büyük önem taşır. Birinci kanonik değişken çiftine dayanarak, U_1 ve V_1 kanonik değişkenler çifti için katsayılar işaretlerine bakılmaksızın incelendiğinde, “barınma (X_3)” değişkeninin, U_1 kanonik değişkeninin oluşumuna en önemli katkısı (0,524) sağladığı söylenebilir. V_1 kanonik değişkeninin oluşumu incelendiğinde, en büyük katkının Y_4 ile ifade edilen “yüksek öğretime erişim” değişkeni tarafından sağlandığı (0,770) görülmektedir.

Tablo 4. Kanonik Değişken Çiftleri için Standartlaştırılmış Kanonik Katsayılar

	X_1	X_2	X_3	X_4	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	
U_1	0,091	-0,388	-0,524	-0,274	V_1	-0,011	-0,305	0,042	-0,770
U_2	0,742	-0,890	1,078	-1,141	V_2	-0,949	-0,143	-0,286	0,872
U_3	1,270	1,936	-3,052	0,000	V_3	1,033	-0,919	-0,881	0,767
U_4	2,087	-2,465	0,206	0,403	V_4	-0,376	-1,509	1,362	0,668

Standartlaştırılmış kanonik katsayılar, orijinal değişkende bir standart sapmalılık artış meydana geldiğinde kanonik değişkendeki değişimin (standart sapma bakımından) miktarını göstermektedir. Bir başka ifadeyle bu katsayılar kanonik değişkenlerin oluşumunda o değişken kümesindeki orijinal değişkenlerin etki miktarlarını gösterir. Örneklem büyüklüğünün çok küçük olması ya da değişkenler arasında çoklu doğrusallık probleminin olması durumunda, standartlaştırılmış kanonik katsayılar yerine kanonik değişken ve o kümede yer alan orijinal değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının (kanonik yükler olarak da bilinirler) kullanılması önerilir (Sharma, 1996 ve Çankaya, 2005). KKA'nın sonucu olarak, kanonik değişkenler ve kendi değişken kümelerindeki orijinal değişkenler arasındaki kanonik yükler Tablo 5'te sunulmuştur. Bu tablodaki kanonik yükler incelendiğinde, U_1 kanonik değişkenine en büyük katkı (mutlak etkiler hesaba katıldığında) en yüksek kanonik yüke sahip (-0,969) ‘barınma (X_3)’ değişkeninden gelmiştir ve bunu -0,949 kanonik yüküne sahip ‘su ve temizlik (X_2)’ değişkeni takip etmektedir. V_1 kanonik değişkeni için en büyük katkısı ‘yüksek öğretime erişim (Y_4)’ (-0,982) sağlamıştır ve bunu ‘kişisel özgürlükler ve seçim hakkı (Y_2)’ değişkeni takip etmektedir (-0,864). Bu durumda kanonik değişkenlere ait kanonik yükler incelendiğinde, temel insani ihtiyaçlar ve fırsatlar değişken kümeleri arasında aynı yönde bir ilişkinin mevcut olduğu söylenebilir.

Tablo 5. TİH ve FRS Değişken Kümeleri için Kanonik Yükler

	X_1	X_2	X_3	X_4	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	
U_1	-0,881	-0,949	-0,969	-0,748	V_1	-0,581	-0,864	-0,636	-0,982
U_2	0,298	0,174	0,235	-0,597	V_2	-0,769	-0,266	-0,549	0,087
U_3	0,273	0,214	-0,078	-0,063	V_3	0,266	-0,345	-0,364	0,113
U_4	0,245	-0,151	0,006	0,283	V_4	0,028	-0,253	0,402	0,122

Kanonik değişkenler ve diğer (karşı) değişken kümesindeki orijinal değişkenler arasındaki kanonik çapraz yükler Tablo 6'da sunulmuştur. Tablo 6'daki kanonik çapraz yükler incelendiğinde, U_1 kanonik değişkenine en büyük katkı (-0,864) en yüksek

kanonik yüke sahip olan “yüksek öğretime erişim (Y_4)” değişkeninden gelmiştir ve bunu “kişisel özgürlükler ve seçim hakkı (Y_2)” değişkeni takip eder (-0,760). V_1 kanonik değişkenine en büyük katkı çoğunlukla (-0,853)’lük bir kanonik yüke sahip olan “barınma (X_3)” değişkeni tarafından paylaşılmıştır ve bunu (-0,835)’lik bir yükü “su ve temizlik (X_2)” takip etmektedir. Tablo 5’e benzer olarak her iki kanonik değişken için tüm çapraz yükler negatif işarete sahip olduğundan burada TİH ve FRS değişken kümeleri arasındaki ilişki de aynı yönlüdür.

Tablo 6. Kanonik Değişkenler ve Diğer Değişken Kümesindeki Değişkenler Arasındaki Kanonik Çapraz Yükler (Yapı Katsayıları)

	X_1	X_2	X_3	X_4	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	
V_1	-0,775	-0,835	-0,853	-0,658	U_1	-0,511	-0,760	-0,559	-0,864
V_2	0,093	0,054	0,073	-0,186	U_2	-0,240	-0,083	-0,171	0,027
V_3	0,066	0,052	-0,019	-0,015	U_3	0,064	-0,084	-0,088	0,027
V_4	0,014	-0,009	0,000	0,016	U_4	0,002	-0,015	0,023	0,007

Bilindiği üzere karesi alınmış kanonik yapı katsayıları (r_s^2), kanonik değişkenler ve diğer değişken kümesindeki değişkenler arasındaki yapı katsayılarının kareleriyle hesaplanır. Aynı zamanda, tüm yorumlanabilir fonksiyonlar boyunca yapı katsayılarının kareler toplamı olan kanonik ortak yük katsayısı (h^2) analizin bütününe ilişkin ilgilenilen değişkenin yararlılık derecesi hakkında bilgi vermesi bakımından çok pratik bir istatistiktir. Bu bağlamda yukarıda bahsedilen bu katsayılar değişkenler arası ilişkileri açıkça ortaya koymayı kolaylaştırmaktadır. Böylelikle Tablo 7, iki fonksiyon için karesi alınmış kanonik yapı katsayılarının ve ortak yük katsayılarının bilgisini sunmaktadır. Sherry ve Henson’ın (2005) çalışmasında olduğu gibi; Tablo 7’de, modelde en yüksek yararlılık derecesine sahip değişkenlere dikkat çekebilmek için %45’in üzerindeki yapı katsayıları ve ortak yükler kalın yazı tipinde belirtilmiştir. Birinci fonksiyonun yapı katsayılarına bakıldığında, TİH kümesi için başlıca katkıyı sağlayan değişkenler sırasıyla “barınma (X_3)” ve “su ve temizlik (X_2)”tir. İkincil katkıyı sağlayan değişkenler ise sırasıyla “beslenme ve temel tıbbi bakım (X_1)” ve “kişisel güvenlik (X_4)”tir. FRS kümesine baktığımızda ise başlıca katkıların “yüksek öğretime erişim (Y_4)” ve “kişisel özgürlükler ve seçim hakkı (Y_2)” değişkenleri tarafından sağlandığı görülür. Bu değişkenleri de “tolerans ve katılım (Y_3)” ve “kişisel haklar (Y_1)” değişkenleri takip etmektedir. Tüm değişkenler için yapı katsayıları işaretleri negatif bulunduğundan, FRS değişkenler kümesi TİH değişkenler kümesinin tümüyle pozitif (aynı yönde) ilişkilidir. Tüm yorumlanabilir fonksiyonlar boyunca yapı katsayılarının kareleri toplamını ifade eden kanonik ortak yük katsayılarının temel alınması durumunda, tüm değişkenler arasında sırasıyla %31,87 ve %34,17 katsayılarıyla “kişisel haklar (Y_1)” ve “tolerans ve katılım (Y_3)” değişkenlerinin modelde yararlı olmadığı söylenebilir. Kısacası, ortak yük katsayıları temel alındığında (Y_1) ve (Y_3) değişkenlerinin TİH kümesi ile de güçlü bir ilişki sergileyemediği söylenebilir. Modeldeki tüm diğer değişkenlerin ise (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , Y_2 ve Y_4) modele yararlı değişkenler olduğu sonucuna varılabilir. Hesaplanan kanonik yapı katsayılarının karelerine göre ise, “barınma (X_3)” değişkenindeki değişimin %72,76’sı V_1 kanonik değişkeni tarafından açıklanırken, “yüksek öğretime erişim (Y_4)” değişkenindeki değişimin %74,65’i U_1 kanonik değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Ayrıca kanonik

korelasyonların kareleri hesaba katıldığında ele alınan ilk iki fonksiyonun, kendi fonksiyonlarındaki varyansın sırasıyla %77,44 ve %9,73'ünü açıkladığı görülmektedir.

Tablo 7. Karesi Alınmış Kanonik Yapı Katsayıları ve Ortak Yük Katsayıları

Değişken	Fonksiyon 1		Fonksiyon 2		h^2 (%)
	r_s	r_s^2 (%)	r_s	r_s^2 (%)	
X_1	-0,775	60,06	0,093	0,86	60,92
X_2	-0,835	69,72	0,054	0,29	70,01
X_3	-0,853	72,76	0,073	0,53	73,29
X_4	-0,658	43,30	-0,186	3,46	46,76
Kanonik R^2		77,44		9,73	
Y_1	-0,511	26,11	-0,240	5,76	31,87
Y_2	-0,760	57,76	-0,083	0,69	58,45
Y_3	-0,559	31,25	-0,171	2,92	34,17
Y_4	-0,864	74,65	0,027	0,07	74,72

Tablo 8’de kanonik belirleme (redundancy) analizi sonuçlarına yer verilmektedir. Buna göre, TİH değişkenler kümesi için belirleme endeksinin (0,615) dikkate değer olduğu bulunmuştur. Bununla beraber, FRS kümesi daha düşük bir belirleme endeksine sahiptir (0,475). İkinci fonksiyon incelendiğinde belirleme endeksinin TİH kümesi için 0,013 ve FRS kümesi için 0,024 olduğu görülmektedir. Bu nedenle, ikinci fonksiyon istatistiksel olarak anlamlı olmasına rağmen, karşı kümedeki değişimin küçük bir oranını açıklamasından dolayı ikinci fonksiyonun pratikte bir anlamı yoktur.

Tablo 8. Kanonik Belirleme (Redundancy) Analizi Sonuçları

Temel İnsani İhtiyaçlar Kümesi Değişkenlerinin Standartlaştırılmış Varyansı					
Paylaşılan Varyans			Belirleme		
Kanonik Fonksiyon	Yüzde	Kümülatif Yüzde	Kanonik R^2	Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	79,4	79,4	0,7744	61,5	61,5
2	13,3	92,7	0,0973	1,3	62,8
3	3,3	96,0	0,0585	0,2	63,0
4	4,1	100,0	0,0034	0,0	63,0
Fırsatlar Kümesi Değişkenlerinin Standartlaştırılmış Varyansı					
Paylaşılan Varyans			Belirleme		
Kanonik Fonksiyon	Yüzde	Kümülatif Yüzde	Kanonik R^2	Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	61,3	61,3	0,7744	47,5	47,5
2	24,3	85,6	0,0973	2,4	49,9
3	8,4	94,0	0,0585	0,5	50,4
4	6,0	100,0	0,0034	0,0	50,4

İkinci fonksiyon önemli ölçüde daha düşük bir kanonik korelasyonun karesine sahiptir (0,0973). Üstelik, TİH ve FRS değişken kümeleri ikinci fonksiyonda daha düşük paylaşılan varyansa sahiptir. (X kümesi için 0,133 ve Y kümesi için 0,243). Bu belirleme

endeksi yorumları TİH değişkenler kümesindeki toplam değişimin %79,4'ünün U_1 tarafından açıklandığını ortaya koymaktadır. TİH kümesindeki toplam değişimin %61,5'i V_1 tarafından açıklanmaktadır. TİH değişkenler kümesindeki toplam değişimin V ile tanımlanan kanonik değişkenlerin tümü tarafından açıklanan oranı %63 olarak hesaplanmıştır. FRS kümesindeki toplam değişimin %61,3'ü V_1 tarafından açıklanmıştır. Diğer yandan, FRS kümesindeki toplam değişimin %47,5'i U_1 tarafından açıklanmıştır ve bu kümedeki toplam değişimin TİH kümesindeki kanonik değişkenlerin tümü tarafından açıklanan oranı ise %50,4'tür. Bu oranın büyük bir bölümü birinci kanonik değişken çiftine aittir.

Sonuç ve Tartışma

Bir veri indirgeme tekniği olan KKA, değişken kümeleri arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada KKA kullanılarak TİH ve FRS kümeleri arasındaki ilişkilerin 138 ülke için belirlenmesi amaçlanmıştır. Analiz sonuçlarının yorumlanmasında en yüksek kanonik korelasyona işaret eden birinci kanonik değişken çifti dikkate alınmıştır. 2016 yılı için elde edilen birinci kanonik korelasyon katsayısı (0,880) incelendiğinde, TİH ve FRS değişken kümeleri arasında yüksek bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Wilks' Lambda istatistiğine göre modelin tamamı için genel etki 0,809 olarak bulunarak iki değişken kümesi arasındaki yüksek ilişkinin %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu bulunmuştur. Standartlaştırılmış kanonik katsayılar göre, birinci kanonik değişken çifti de dikkate alındığında TİH değişken kümesine en büyük katkı "barınma" değişkeninden gelmiştir. FRS değişken kümesindeki en etkili değişkenin ise "yüksek öğretime erişim" olduğu bulunmuştur. Kanonik yükler dikkate alındığında, U_1 kanonik değişkenine en büyük katkı "barınma" değişkeninden gelmiştir ve bunu "su ve temizlik" değişkeni takip etmektedir. V_1 kanonik değişkeni için ise en büyük katkısı "yüksek öğretime erişim" sağlamıştır. Bu sonuçların standartlaştırılmış katsayılar dikkate alınarak bulunan sonuçlarla paralellik gösterdiği söylenebilir. Kanonik çapraz yükler incelendiğinde ise, U_1 kanonik değişkenine en büyük katkı "yüksek öğretime erişim" değişkeninden gelmiş olup, V_1 kanonik değişkenine en büyük katkı ise "barınma" değişkeninden gelmiştir. Ayrıca tüm çapraz yükler negatif işaretli olduğundan TİH ve FRS değişken kümeleri arasındaki ilişkinin aynı yönlü olduğunu söyleyebiliriz. Kanonik ortak yük katsayıları incelendiğinde ise, "kişisel haklar" ve "tolerans ve katılım" değişkenlerinin modele faydası olmayan değişkenler olduğu ve bu değişkenlerin TİH kümesi ile de güçlü bir ilişki sergileyemediği söylenebilir. Diğer yandan, TİH kümesi için belirleme (redundancy) endeksi (0,615) FRS kümesi ile karşılaştırıldığında (0,475) daha yüksektir, bu yüksek belirleme oranı yüksek öngörülebilirliğe işaret eder. TİH değişken kümesindeki toplam varyasyonun diğer (karşı) kümenin kanonik değişkenlerinin tümü tarafından açıklanan oranı %63 olarak bulunurken, FRS kümesindeki toplam değişimin TİH kümesindeki kanonik değişkenlerin tümü tarafından açıklanan oranı ise %50,4 bulunmuştur. Bu oranın büyük bir bölümü de birinci kanonik değişken çiftine aittir. Kısacası sonuçlar, TİH ve FRS kümeleri arasında yüksek ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Bu ilişki genel olarak "barınma" ve "yüksek öğretime erişim" değişkenleri tarafından açıklanmıştır.

Kaynaklar

- Alonso-Martínez, D. (2018). Social progress and international patent collaboration. *Technological Forecasting and Social Change*, 134, 169-177.
- Alpar, R. (2011). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler* (3. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bartlett, M. S. (1941). The statistical significance of canonical correlations. *Biometrika*, 32, 29-38.
- Coşkun, S., Özgenç, N., & Güneş, S. (2015). Sosyal Performansın Ölçümünde Yeni Yöntem: Sosyal Gelişme Endeksi ve Türkiye'nin Görünümü. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 34, 121-153.
- Çankaya, S. (2005). Kanonik korelasyon analizi ve hayvancılıkta kullanımı. *Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü – Zootekni Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana*.
- Ergül, B., & Yavuz, A. (2018). İnsani Gelişmişlik ve Sosyal Gelişmişlik Endekslerinin Kanonik Korelasyon ve Robust Kanonik Korelasyon Analizleri İle İncelenmesi, 2. Uluslararası İstatistik Matematik ve Analitik Yöntemler Kongresi, İstanbul.
- Fehder, D., Porter, M., & Stern, S. (2018). The Empirics of Social Progress: The Interplay between Subjective Well-Being and Societal Performance. *AEA papers and proceedings* içinde (C. 108, S. 477-82).
- Gittins, R. (1985). *Canonical analysis: a review with applications in ecology* (C. 12). Springer-Verlag, Berlin-Germany.
- Hotelling, H. (1936). Relations between two sets of variates. *Biometrika*, 28(3/4), 321-377.
- Ilie, C., Garcia, J., & Cardoza, G. (2018). Women's Social Progress in Latin America: Towards the Construction of Equal Societies. <https://ssrn.com/abstract=3126911>.
- Jitmaneroj, B. (2017). Beyond the equal-weight framework of the Social Progress Index: Identifying causal relationships for policy reforms. *International Journal of Social Economics*, 44(12), 2336-2350.
- Karmowska, G. (2017). Development of the EU societies and social progress. *Ekonomia i Środowisko*, 4 (63), 178-190.
- Malay, O., & Cassiers, I. (2018). How to orient business towards ecological and social transformation: Gross National Happiness and Social Progress Index compared. GNH Üzerine 7. Uluslararası Konferans'ta GNH Üzerine Sunulmuş Ön Sürüm: "Business of GNH", Thimphu, Bhutan, 6-9 Kasım 2017.
- Moutinho, L., & Hutcheson, G. D. (Eds.). (2011). *The SAGE dictionary of quantitative management research*. Sage Publications.
- Munro, B. H. (2005). *Statistical methods for health care research* (5. baskı, C. 1). Lippincott Williams & Wilkins.
- Norman, G. R., & Streiner, D. L. (2003). *PDQ statistics*. 3. Baskı (C. 1). People's Medical Publishing House-USA.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioural research* (3. baskı). Ft. Worth, TX: Harcourt Brace.
- Sapp, M. (2002). *Psychological and Educational Test Scores: What are They?* Charles C Thomas Publisher.
- Sharma, S. (1996). *Applied multivariate techniques* (1. baskı). New York: John Wiley & Sons Inc.

- Sherry, A., & Henson, R. K. (2005). Conducting and interpreting canonical correlation analysis in personality research: A user-friendly primer. *Journal of Personality Assessment*, 84(1), 37-48.
- Social Progress Imperative: Social Progress Index (2016). <http://www.socialprogressimperative.org/wp-content/uploads/2016/06/SPI-2016-Main-Report.pdf>
- Sökmen, A. (2014). Sosyal Gelişme Endeksi Türkiye İçin Ne İfade Ediyor? *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı (TEPAV) N*, 201421.
- Stewart, D., & Love, W. (1968). A general canonical correlation index. *Psychological Bulletin*, 70(3), 160-163.
- Tosunoğlu, B. T., & Özsoy, C. E. (2017). Gelişmişlikte Arafta Kalan Ülke: Türkiye. In *Anadolu International Conference in Economics V (May 11-13), Eskişehir, Türkiye*.
- Vorobyev, A., Solntsev, I., & Osokin, N. (2018). *Football Development Index: Rationale, Methodology, and Application*. Lexington Books, USA.
- Wright, F. D. (2016). *Researching Developing Countries: A Data Resource Guide for Social Scientists*. Chandos Publishing.

JOHANN SEBASTIAN BACH (BWV 1056) FA MİNOR PİYANO KONÇERTOSU'NDAKİ LARGO BÖLÜMÜNE MÜZİKAL-RETORİK YAKLAŞIMLAR

Ulviye GÜLER¹

ÖZ

Bu makalede, Johann Sebastian Bach'ın Fa minör (BWV 1056) Piyano Konçertosu'ndaki *Largo* bölümü, müzikal-retorik ilkeleri doğrultusunda analiz edilmiştir. Makalenin ilk aşamasında müzikal-retorik anlayış ilkeleri sunulurken bunların müzik ile olan etkileşimi üzerine bilgiler verilecektir. Fa minör (BWV 1056) piyano konçertosunun *Largo* bölümüne ait 'müzikal söylemin' etkisini ortaya koyulması; Cicero ve Quintilianus gibi retorisyenlerin kalıcı ve etkili doktrinlerinden elde edilen prensipler sayesinde, başta yorumcu olmak üzere dinleyicilerin ilgisini çekme, sürdürme ve kontrol etme bağlamında önem arz etmektedir. Konçertonun *Largo* bölümünün bu tarz bir çözümleme perspektifi ile ele alınması, J.S.Bach ve müziğinin retorik yaklaşım ile yakından ilişkili olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır. Bach'ın *Largo* bölümünün müzikal oluşumunda, müzikal-retorik figürler ile ifade etmek istediklerini keşfetmeyi mümkün kılan bu analiz sayesinde ne denli güçlü bir bağlantı ve farkındalık seviyesine sahip bir 'müzikal söylemi' olduğu gösterilecektir. Buna ek olarak konçertonun *Largo* (BWV 1056) bölümünün, *Ich steh mit einem Fuß im Grabe* başlıklı Cantata eserinin (BWV 156) *Sinfonia* bölümü ile olan müzikal benzerliğinden elde edilen çıkarımlar, müzikal söylemin yorumlanışında zenginleştirici bir perspektif olmasını mümkün kılmıştır. Bestecinin *Largo* bölümüne ait yaratı süreci ve konçertodaki etkileşimi ile buna bağlı çıkarımlara verileceğinden, piyanistik yorumlama ve performansa katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Johann Sebastian Bach, Fa Minör Piyano Konçerto, Müzikal-Retorik Yaklaşımlar, Yorumlama

MUSICAL-RETHORICAL APPROACHES TO LARGO MOVEMENT OF F MINOR PIANO CONCERTO (BWV 1056) BY JOHANN SEBASTIAN BACH

ABSTRACT

In this article, *Largo* movement of Johann Sebastian Bach's Fa minor (BWV 1056) Piano Concerto was analyzed with musical-rhetoric approaches. In the first section of the article, rhetoric principles will be presented and informations about their interaction with music will be given. To reveal the effect of musical discourse of *Largo* movement, thanks to the principles derived from the permanent and effective doctrines of rhetoricists such as Cicero and Quintilianus, is important in the context of attracting, maintaining and controlling the attention of the audience, especially interpretators. The dealing of *Largo* movement of the concerto with this kind of analysis perspective aims to show that the music of J.S.Bach is closely related to rhetoric approaches. This analysis, which makes it possible to discover what Bach's *Largo* movement wants to express with the musical-rhetorical figures in the musical formation, will show how its musical discourse has a strong level of connection and awareness. Since the creation process of *Largo* movement and its interaction with the concerto and then related implications have been included in the certain points, the article will be able to contribute to pianistic interpretation and performance.

Keywords: Johann Sebastian Bach, F Minor Piano Concerto, Musical-Rhetoric Approaches, Interpretation

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, Devlet Konservatuvarı, Piyano Anasanat Dalı, uguler@cu.edu.tr, ORCID: 0000 0003 1656 9886

Received/Geliş: 07/05/2019 Accepted/Kabul:14/07/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Güler, U. (2019), "Johann Sebastian Bach (Bwv 1056) Fa Minor Piyano Konçertosu'ndaki *Largo* Bölümüne Müzikal-Retorik Yaklaşımlar", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.71-82.

Giriş

Retorik kavramı üzerine müzik alanındaki uygulamaların, Barok dönemin sonuna kadar müzik yapıtları için temel bir yaklaşım olduğu görülmektedir. Kuramcılar, bestecilik, müzikal yapılar ve icracı sanatını (performans uygulaması) retorik kavramının sağladığı terminolojiyi ve konsepti uygulayarak anlamlandırmaya çalışmışlardır. Müziğin retorik ilkelerle olan bağlamı, Barok müziğin akılcı (rasyonalist) anlayışı sayesinde belirgin özelliklerinden biri olarak dikkat çekmektedir. Böylelikle dönemin estetiği ve müzik kuramında ilerici birçok unsurların ortaya koyulmasına olanak sağlamıştır. Teorisyenlerin çoğu, genel bir düzeyde ya da ayrıntılı olarak dilin müzikal kompozisyonu nasıl etkileyebileceği üzerine araştırma eserleri yazmıştır. Başlangıçta bu durum, müzik teorisyenleri ve besteciler tarafından sadece vokal müzik ile ilişkilendirilse de, sonraları dans (çalgı müziği) formlarında belirli duygusal ifadelerin hareketlerdeki yansımaları desteklemek için yüzyıllarca kullanıldığı görülmüştür. Barok dönemde retorik ve müzik ilişkisi, M.T. Cicero ve M.F. Quintilianus'un konuşmanın artikülasyonu ve anlatım gücünü ifade etmede kullandığı benzer roller üzerinden geliştiği görülmektedir.

Bu çalışmadaki esas amaç; J.S.Bach'ın BWV 1056 piyano konçertosunun *Largo* bölümündeki semantik öğeleri yansıtan araçlar ile etkileşime geçerek müziğin bütünsel 'estetik' kaynağına ulaşmak ve müziğin yorumlanma alanı için aracı olmaktır.

Son olarak, bu tür bir Barok repertuarının müzikal-retorik figürleri, modern sanatçı/yorumcu tarafından bilinmediği ve hissedilmediği sürece müziğin etkileri ifade edilemez. C.P.E. Bach'ın da belirttiği gibi: *Bir müzisyen, kendisini harekete geçiremedikçe başkalarını hareket ettiremez; dinleyici kitlesi üzerinde hisler uyandırabilecek tüm etkileri hissetme ihtiyacına sahip olmalıdır* (Bach, 1949:iv).

Müzikal-Retorik Kuramı

Retrospektif açıdan bakıldığında, müzikal-retorik kuramının antik çağdaki retorik geleneği ile ortaya çıktığı görülmektedir. Retorik kuramının, Marcus Tullius Cicero (M.Ö. 106-43) ve Marcus Fabius Quintilianus (M.S. 35-100) gibi söylem (*oratoria*) ve yazım üzerine yazdıkları eserler ile kadim bir gelenek olarak karşımıza çıkmaktadır. Cicero, retorik bir konuşma oluşturmak için gerekli aşamalara dair ayrımı şu şekilde yapmıştır: *inventio* (konuşmanın bütünsel taslağı), *dispositio* (fikir ve konuların sıralanışı), *elocutio* (konuşmanın dinleyici üzerindeki etkisi için süslenmesi-retorik figürler), *motus* (duygusal-bedensel katkı, ses tonu vb. ile konuşmanın iletimi).

Batı kültüründe retorik alanında yazılmış en önemli çalışmalardan biri olarak kabul edilen, Quintilianus'un *Institutio Oratorio*'su bu alanda halen ciddi bir konuma sahiptir. Quintilianus, bu çalışmasında iyi bir retorik uygulaması için izlenmesi gereken eğitsel bir yol kuramsal hale getirmiştir. Quintilianus, Cicero'nun halihazırda kullandığı aşamalar üzerinde birçok konuyu ele aldığı görülmektedir: *dispositio* alanını *exordium* (başlangıç), *narratio* (hikayeleme), *propositio* (önerme); *elocutio* alanını ise *confutatio*

(zıtlık), *confirmatio* (doğrulama), *peroratio* (sonuç) olmak üzere altı kısımda incelemiştir (Kirkendale, 1980:94).²

Avrupa'lı ve Rus müzik araştırmacıları, müzik alanında retorik konusuna dair görüşlerini; 17.yüzyıl ve 18.yüzyıl başlarındaki Alman müzik kuramı anlayışı ve bestecilik sanatı ile ilişkilendirmekte ve bu durumun müzikal form anlayışı üzerinde etkileri olduğundan bahsetmektedirler. Alman anlayışındaki müziğin kuramsal düzeninin, Avrupa'da oldukça yaygın olduğu ve müzikal pratikteki tutarlılığı açıkça görülmektedir (Pylaeva, 2013:985). 17. ve 18.yüzyıl Alman müzik geleneğinde, retorik kavramının her müzikal eser için tam anlamıyla uygulandığı söylenemez. Ancak bestecilerin retorik kavramından, kompozisyonel süreç içerisinde çeşitli düzeylerde rutin teknikler ile yararlandıklarından rahatlıkla bahsedilebilir.

Alman Barok geleneğin öncüsü J.S.Bach'ın retorik alanında bilgi sahibi olduğunu iddia eden farklı Alman kaynakları olduğundan bahsedilmektedir. Laurin (2012)'e göre en ilgi çekici olanı J. Abraham Birnbaum tarafından yazılmış olan *Verteidigung Bachs gegen Scheibes Angriffe* (Scheibe'nin sorularına karşı Bach'ın savunması) başlıklı makalesidir. Bu makale, daha önce kaybolmuş ancak Johann Adolf Scheibe'nin *Der critische Musikus* (Müzik eleştirisi) (1745) adlı toplama koleksiyonundaki yeniden baskıda yer almıştır (Laurin, 2012:32). Müzik araştırmacılarının genel düşüncesi, Avrupa'daki müzikal-retorik olgusunun 17.yüzyıl ve 18.yüzyıl Almanya'sında besteciler ve kuramcılar tarafından temellendirildiği üzerinedir.

Diğer yandan retorik konseptinin Alman müziği ile sınırlı olmadığı görülmektedir. Marin Mersenne'in *Harmonie universelle* (Evrensel armoni) (1636) adlı çalışmasında; 'müziyenlerin, her seviyede müzikal yapılar ile bir söyleme (*oratoria*) uygun müzik besteleyen konuşmacılar' (*orator*) olduklarından bahsetmiştir. Athanasius Kircher ise Roma'daki yaşamında kaleme aldığı *Musurgia universalis* (1650) adlı çalışmasında yaratı sürecinin ortak bölümleri olarak *inventio*, *dispositio* ve *elocutio* kısımlarının retorik ve müzik arasında benzerlik taşıdığını ileri sürmüştür (Wilson vd.,2001:7).

Barok dönem müzikal-retorik kuramını sistematize eden ve bu geleneğin kurucusu kabul edilen Joachim Burmeister, retorik geleneğine 'müzik kuramı' anlamında estetik bir potansiyel kazandıran kuramcı olarak göze çarpmaktadır. Dietrich Bartel'e göre, Burmeister'in *Musica autoschediastike* (1601) kitabının giriş bölümündeki ifadesinde; burada ortaya koyulan formların, eserlerdeki tüm müzikal araçların uygulanış şekillerine dair dinleyicilere uygun şartlar sağlayacağından bahsetmektedir.

Bir müzik kuramının estetik hedefler gütmeyen konsepti düşünüldüğünde; Burmeister'in yazarın amacına (Latince: *intentio auctoris*) yönelik belirgin estetik yönlerin ortaya konulmasına yönelik kuramı, farklı davranış ve stratejilerden oluşan geniş çaplı bir çerçeve müziği ele almaktadır. Aslında 'edebi yaratı ve estetik' arasındaki ilişkinin tarihsel gelişimine bakıldığında o dönemde yürürlükte olan strateji ve yaklaşımların devam eden süreçlerde meydan gelen geniş çaplı edebi yöntemler ile

² Retorik kuramını oluşturan bu aşamalar ve anlamsal içerikleri, müzikal anlamda uyarlanarak Fa minör (BWV 1056) Piyano Konçertosu'nun *Largo* bölümü analizinde kullanılacaktır.

bütünleşik bir hal aldığı görülebilir (Nattiez, 1990:146-147). Bu bakımdan, *Musica poetica*³ adlı müzikal-retorik çalışmasının, önceden dolaylı olarak uygulanan tüm yaklaşımların ‘kompozisyonel bir doktrin’ olarak ortaya çıktığı değerlendirilebilir.

Musica poetica kuramının ilkelerine ve şu anda geliştirilmekte olan uygulamalarına göre, müzikal-retorik kuramı ve analitik bir araç olarak kullanılan argümanları aşağıda ifade edilen konuların olmasına imkan vermektedir (Cano, 1998:9):

1- Müzikal oluşumların mikro ve makro-yapısal seviyelerde, tekrarlama ve dönüşüm usülleri ile iletişim amaçlarını ve/veya semantik değerine yönelik sınıflandırmasını oluşturmak.

2- Dönemsel besteleme teknikleri kapsamında, “olağandışı” müzikal kullanımları açıklamak.

3- Mikro ve makro-yapısal seviyelerde müzikal oluşumlara atfedilen hikaye kurgusu ve onu oluşturan teknik araçları tanımlamak.

4- Bir bestecinin eser veya eserlerine ait yapısal ve estetik düzeyleri ayırt etmek.

5- Vokal müzikteki sözlerin retorik gelişiminin müzikal form üzerindeki etkilerini değerlendirmek.

6- Müzik-dışı semantik araçların, müzikal yapılar içinde kullanımına imkan veren yöntemlerin tanımlanması ve bunların yorumlanmalarını sağlamak. (Vokal müzikte; müzik-dışı bu araçların ima ettikleri, edebi metnin bazı semantik göstergeleri ile yakından alakalıdır.)

J.S.Bach Fa Minör (Bwv 1056) Pişano Konçertosu Largo Bölümünün Müzikal-Retorik Analizi

J.S.Bach’ın 1742 yılında bestelediği ve yaşamının son on yılı içine denk gelen Fa minör (BWV 1056) pişano konçertosu diğer eserlerinde hakim olan kontrapuntal yazım tekniği ile şekillenmiştir. BWV 1056 pişano konçertosunun yapısı, türün diğer örneklerinde görüldüğü gibi ilk ve son bölümleri hızlı (Allegro-Presto) ve ara bölümü yavaş (Largo) olduğundan ‘İtalyan form’ olarak adlandırılabilir. Buna ek olarak bu konçerto, Bach’ın BWV 156 Cantata eserindeki *Sinfonia* bölümünün transkripsiyonu olma özelliği taşımaktadır. 17.yüzyılın sonlarına dayanan *Sinfonia* anlayışının erken örneklerindeki orkestrasyon incelendiğinde; iki keman, viyola ve sürekli bas (basso continuo) partilerinden oluşan bir yaylı çalgılar kvarteti sonoritesi düşüncesinin hakim olduğu görülebilir. 18.yüzyılın ilk çeyreğinde ‘İtalyan Opera Uvertürü’ (*Sinfonia*) geleneği ile bu orkestrasyonun düzenli şekilde kullanıldığını söylemek yerinde olacaktır. Diğer yandan, esasında harpsikord ve yaylı çalgılar için yazılmış olan BWV 1056 pişano konçertosunun, BWV 1052-BWV 1059 arası konçerto serisi ile benzer orkestrasyona sahip olduğu görülmüştür.

Bach’ın dini hizmetlerde bulunduğu düşünüldüğünde, bu tarz dini metinleri içeren eserlerinde içerik ve anlama hizmet eden bir müzikal anlatım sağlamak adına belirli yazım teknikleri kullandığından rahatlıkla bahsedebiliriz. BWV 156 Cantata eserinin dini bir eser olması sebebiyle belirli semantik ve sembolik öğeler barındırdığı göz ardı edilmemelidir. Bodky (1980) Bach’ın pişano eserlerinin yorumlaması üzerine çalışmasında, fikir ve imgelerin sembolik öğelerle ifade edilmesinin sistematik bir süreç

³ 16. ve 17. yüzyıllarda Almanya’daki okul ve üniversitelerde müzikal besteleme sanatı için uygulanan ve birçok teorisyen tarafından çalışılmış bir kavramdır.

olduğundan bahsetmektedir. Bestecinin vokal müzik eserlerinde ise metnin bu konuda oldukça belirleyici bir faktör olduğunu söylemektedir.

Konçertonun *Largo* bölümü, Cantata (BWV 156) eserinin *Sinfonia* başlıklı başlangıç bölümü ile arasındaki benzerlikler de dahil edilerek retorik incelemeye alınacaktır. *Largo* bölümü, temel anlamda *inventio* ve *dispositio* alanına ait unsurlar ışığında değerlendirilecektir. Belirlenebilen bazı müzikal-retorik yapılar ise *elocutio* alanında bahsedilecektir.

Inventio müzikal anlamda, tını, tartım, tempo, tonalite ve temel fikirler (melodi ve temalar) gibi kompozisyonel kararların notasyona dökülmeden önce belirlendiği bir 'taslak süreci' olarak tanımlanabilir. Barok dönemde müzik kuramcılarının, tonalite kavramı hakkında dikkat çekici anlamlar yüklediğini belirten Steblin (2002), çalışmasında bu kavramı belirli duygu ve fikirlerle bağdaştırdıklarını ifade etmiştir. Bu açıdan bakıldığında; BWV 1056 piyano konçertosunun baskın yapısal tonalitesi olan Fa minör, 'bunalım, umutsuzluk ve yas' gibi duygular ile ilişkilendirilmiştir. İki eserin birbirleri ile müzikal benzerliğe sahip bölümlerinin tonaliteleri açısından bir değerlendirme yapıldığında anlatılmak istenen duygusal atmosfere dair görece belirgin sonuçlar elde edilebilir. BWV 156 Cantata eserindeki *Sinfonia* bölümünün Fa majör tonalitesi ise eserin sözleri ile bağlantısı açısından 'boyun eğme ve hoşgörü' ile bağdaştırıldığını söylemek yerinde olacaktır.

Ancak BWV 1056 piyano konçertosunun ara bölümü olan *Largo* bölümü La bemol majör olarak karşımıza çıkar. Besteci, konçertonun *Largo* bölümünde, yapısal tonalitenin (Fa minör) ilgili majöründen yana kullanarak BWV 156 *Sinfonia* bölümündeki majör tonaliteyi, kuramsal düzeyde bir ilişki ile bağdaştırmıştır. Bununla birlikte müziğin, konçertodaki transkripsiyonunda kullanılan çalgılama göz önüne alındığında farklı bir yeniden seslenişin düşünüldüğünden bahsedilebilir.

J.S.Bach, *Ich steh mit einem Fuß im Grabe* (tek ayağım mezarda) başlıklı BWV 156 Cantata eserini, Hz. İsa'nın doğumundan 12 gün sonra kutlanan *Epifani* yortusundan sonraki üçüncü pazar ayını için yazdığı bilinmektedir. Sözlerine bakıldığında ölüm yatağında yaratıcının af ve merhametini bekleyen birini anlatmaktadır. Böylesine bir ifadeyi anlatan müziğin giriş kısmında sunulan BWV 156 Cantata melodisinin *Largo* bölümü ile ilişkisi göz ardı edilemeyecek kadar bağlantılı olduğu düşünülebilir.

Aria mit chorale (BWV 156) bölümünün, *Ich steh mit einem Fuß im Grabe* (tek ayağım mezarda) ile başlayıp ve *Nurr lass mein Ende selig sein!* (sonumun mutlu olmasına izin ver!) sözleri ile bittiği görülmektedir. Christian Schubart'ın *Ideen zu einer Aesthetik der Tonkunst*⁴ (1806) adlı çalışmasında belirttiğine göre bu anlatımı çağrıştıran etkili tonalitenin aslında La bemol majör olabileceği görülebilir. Konçertonun (BWV 1056) *Largo* bölümü için bu tonaliteyi kullanması oldukça dikkat çekicidir: Barok dönem şan müziği yazımı bağlamında bu tonalite seçimini yaptığı düşünülse de BWV 156 *Sinfonia* ve *Aria mit chorale* bölümlerinin, tonal karakteristik

⁴ Almanca konuşulan kültürlerde (19.yüzyıl) ortak olarak paylaşılan tonalite karakteristiği üzerine yapılan en etkili çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir (bkz. Ted Alan DuBois (1983)'nın *Ideen zu einer Aesthetik der Tonkunst* açıklamalı kitap çevirisi).

ve semantik anlamda BWV 1056 *Largo* bölümü üzerinde oldukça etkili olduğu söylenebilir.

Diğer yandan konçertonun ikinci ve üçüncü bölümleri arasındaki tonal karakteristik bağlantı incelendiğinde müzikal söylem açısından oldukça bağlantılı olduğu görülmektedir.

Tablo 1: BWV 156 Cantata ve BWV 1056 Piyano Konçertosu Bölümleri Arasındaki Tonal Karakteristik Bağlantı

	BWV 156 Cantata		BWV 1056 Piyano
Konçertosu			
3.bölüm	<i>Sinfonia</i>	<i>Aria mit chorale</i>	<i>Largo</i> (2.bölüm)
Tonalite	Fa Majör	Fa Majör	Lab Majör
Fa minör			
Tonal Karakteristik	Huzura kavuşma-Sükunet		Mezar Taşı-
Ölüm-Yargılanma	Ölüm ağıtı-Derin çöküş		

Her iki eser, orkestrasyon açısından göz önüne alındığında BWV 156 Cantata'nın *Sinfonia* bölümünde obua ile seslenen melodi hattı konçertonun *Largo* bölümünde grupetto, basamak ve tril gibi süslemeler ile daha canlı hale getirilmiştir. Böylece besteci azami derecede ortaya koymak istediği ambiyansı, kullanılan çalgıların özellikleri ile bütünleştirmiştir.

Dominica 3 post Epiphania.
„Ich steh' mit einem Fuß im Grabe“

SINFONIA.
Adagio.

Oboe.
Violino I.
Violino II.
Viola.
Continuo.

Clavier-Concert
in F-moll

Largo.
Adagio.

Şekil 1: BWV 1056 ve BWV 156 Giriş Kısımlarından Kesit: Melodi Hattının Piyano ve Obua'daki Durumları

Inventio daha önce belirtildiği gibi bestecinin eserini ortaya koymadan önce tüm temel müzikal fikir ve araçlarını tasarladığı alandır. Yapılandırılmış tüm fikirlerin sıralanışı, *Dispositio* alanında ortaya koyulmaktadır ve üç aşamada tanımlamak mümkündür: *Exordium*, *Narratio*, *Propositio*.

Dispositio, kompozisyonel süreçte notasyonun yazılış işleminin başlangıcını diğer bir deyişle genel ve temel hatlarını kapsadığı söylenebilir. *Dispositio*, *Elocutio* alanına ait unsurların dizayn edilmesini ifade eder.

Elocutio, *inventio*'da elde edilen ve *dispositio*'da sunulan fikir ve görüşlerin uyarlanıp ve şekillendiği yerdir. Bu sayede belirli müzikal-retorik yapılar oluşturulmaktadır: Melodik çizgi, belirli melodik atlamalar, disonans kullanımı (basamak, mordant gibi süslemeler ile); belirli akor (eksik 5'li ve 7'li), kompozisyonun gelişme kısmı için seçilen tonalite, imitasyon yöntemleri (kanon, fügato-füg); *Confutatio*, *Confirmitio*, *Peroratio* olmak üzere üç aşamada tanımlanır. Tüm bunlar bestecinin dinleyicisine aktarmak istediklerini ulaştırın araçları olarak değerlendirilir.

Dispositio'daki alt alanlardan ilki olan *Exordium* sessizlikten, sese geçilerek fikirlerin giriş ve hazırlık yaptığı yerdir. Fa minör (BWV 1056) piyano konçertosunun *Largo* bölümünde tematik materyal, yaylı çalgıların eşliği ve solo piyano ile sunulur. Temayı taşıyan melodi herhangi bir giriş ya da hazırlık olmaksızın doğrudan başlatıldığı için *Exordium*'un olmadığını söylemek yerinde olacaktır.

Narratio, ana tema ve konunun tanımlandığı, anlatımın olduğu ilk yerdir. Fa minör (BWV 1056) piyano konçertosunun *Largo* bölümünde temanın sunumu ilk üç ölçüde görülmektedir. Solo piyano tarafından sunulan tematik materyal temelde ortak armonik dereceler ve arpejlerden oluşan eşlik ile karşımıza çıkmaktadır. Bu üç ölçü arasında bazı müzikal-retorik figürler⁵ hali hazırda görülmektedir: Solo partideki ses hareketlerine bakıldığında (ilk ölçünün ilk zamanı ile ikinci ölçünün ilk zamanının yarısına kadar) inici kurulmuş melodik çizgi düşüşte olan bir duygusal ifadenin müzikal gösterimidir. Devamında solo partideki (2. ölçünün ikinci zamanından 3. ölçünün ilk zamanına kadar) ilk kısma nazaran üst oktavda seyreden notalar ile kurulmuş melodik çizgi aniden yükselen bir duygusal ifadeyi göstermektedir. Ancak dikkat edildiği üzere inici notalara ile sonlanan tema düşüşte olan duygusal seyrini yeniden hissettirmektedir. *Largo* bölümündeki tema, BWV 156 Cantata'nın *Sinfonia* bölümündeki hali ile kıyaslandığında; süslemeli yazım kullanımının konçerto anlayışındaki solist çalgının (piyano) ifade gücünü yükseltmek amacıyla yapıldığı söylenebilir.



⁵ Müzikte retorik figürler, klasik *oratoria* konseptindeki jest, ses tonu vb. ifade araçlarından ayrı olarak, artikülasyon, tını, nüans vb araçlar veya belirli kompozisyonel yazım teknikleri ile kendine özgü bir ifade alanı geliştirmiştir.

Şekil 2: BWV 1056 Giriş Kısmından

Kesit: Melodi Hattının Duygusal İfadesini Ortaya Koyan Müzikal-Retorik Figürler.

*Suspiratio*⁶, ana melodiye eşlik eden diğer çalgılarda ya da partilerde görülür, temel müzik fikrinin ilk başladığı alana yayılı bir şekilde küçük duraksamalar ile seyreden melodik kesitlerdir. *Largo* bölümünün başlangıcında görülen yaylı eşliğindeki *pizzicato* eşlik buna örnek gösterilebilir.

Proposito, müzikal ifadenin kuruluş yapısının temellendiği yerdir. *Narratio* kısmını takip eden sıkışık melodi yapısı (3. ölçüde) hali hazırda açığa çıkan eşlik yapısının özelliklerinin korunduğu şekilde sunulur. *Largo* bölümünün başında piyanodaki ezgi hattının inici-çıkıcı karakteri ile şekillenen bu yapı, icrada dikkat gerektirecek atlamalı aralıklardan meydana gelmiştir. *Largo* bölümü tonalitesinin dominantı olan Mi bemol majör tonalitesinde kalış yaptığı noktada *proposito* sonlanmıştır. Böylece bölümün devamlılığını sağlayacak armonik tansiyon sayesinde başlangıçtaki atmosferden kendisini uzaklaştırmış olur.

The image shows a musical score for BWV 1056, specifically the beginning of the piece. The score is in G-flat major (Mi bemol majör) and 3/4 time. It features a piano introduction with a 'pizzicato' effect. The score is divided into two systems. The first system is labeled 'Largo, pizzicato' and 'Sabit eşlik'. The second system is labeled 'Mi bemol majör'. The score includes a piano part and a vocal part.

Şekil 3: BWV 1056 Giriş Kısmından
Kesit: Melodi, Eşlik ve Tonal Hattın Durumu

Confutatio, genellikle tematik materyalin varyasyonları ile yapılan modülasyonlar ve tonik dönüş alanı olarak adlandırılır. Eşlik ve solo partisi incelendiğinde, 7-15. ölçüler arasındaki tematik materyalin varyasyonları, *confutatio*

⁶ Retorik kuramında, söylemin başlarında ana fikrin tam anlaşılması için alınan nefesler olarak nitelendirilmiştir.

olarak karşımıza çıkmaktadır. 7. ölçünün üçüncü vuruşunda, La sesi ile beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan köksüz dokuzlu akoru, modülasyonu sürdürecektir bir ortam hazırlamıştır. Bu şekilde belirsiz bir yönelime giden atmosfer, yeni tonalitenin (Si bemol minör) ortaya çıkması ile belirginleşmiştir. Si bemol minör tonalitesi 9-11. ölçüler arasında tam olarak pekiştirildikten sonra, tonik (La bemol majör) yönelme için hareketini sürdürmektedir.

Şekil 4: BWV 1056/ 7-15.

Ölçüler Arası: Temanın Varyasyon ve Modülasyon Alanı

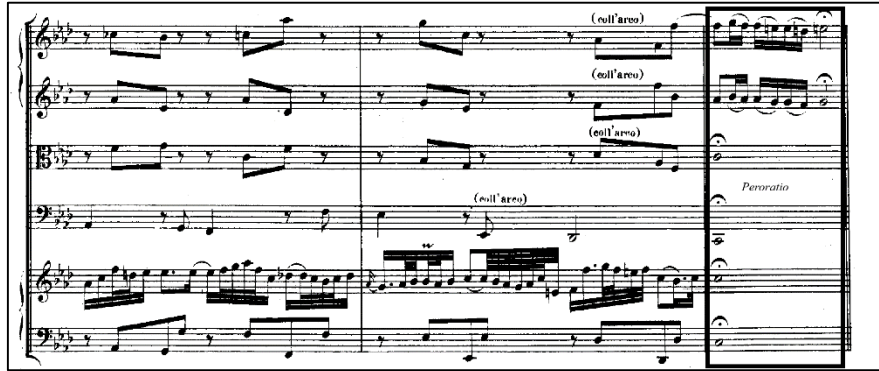
Confirmatio, temel müzik fikrinin güçlendirilip tekrardan duyurulduğu yerdir. Bu kısımda temanın varyasyonlu dönüşü, BWV 156 *Sinfonia* bölümündeki dönüşü kıyaslandığında; bu güçlendirme anlayışı biraz daha uzatılmış hali ile desteklenmiştir. Bu kısmın genel anlamda melodinin yeniden şekillendirilerek ifadenin pekiştirildiği; tematik materyal ile uyumlu bazı akorların eklenmesi ile oluşturulduğunu söylemek yerinde olacaktır. 15. ölçünün üçüncü vuruşundan itibaren solo partide başlayan ve girişte sunulan tematik materyalin sahip olduğu çarpma, mordant, basamak ve tril gibi süslemeler bu kez farklı bir sesleniş ile kendini göstermektedir.



Şekil 5: BWV 1056/15-21.

Öçüler Arası: Melodik Yapının Yeniden Dönüşü.

Peroratio, müzikal anlatımın belirli bir kadans yapısı ya da baskın bir pedal üzerinde duyurduğu bir “sonsöz” olarak değerlendirilir. *Largo* bölümünün sonsöz alanı, do majör akorunda ve kemanlardaki altılı aralıkta yazılı melodik kesit ile bölüm boyunca olmayan bir duyuluş ile kontrast meydana getirerek kendini göstermektedir.



Şekil 6: BWV 1056 'Sonsöz' Kısmı ve Kontrast İfadesi

Daha önce belirtilen önermede, BWV 1056 *Largo* bölümünün, BWV 156 *Sinfonia* bölümü ile benzerliği açısından önemli bir noktayı temsil ettiğinden bahsedilebilir: Do majör akoru ile sonlanan her iki eserin bölümleri arasındaki 'merhamet isteği' bağlantısı, Steblin (2002)'in çalışmasında Do majör tonalitesi için belirttiği karakteristik açısından bakıldığında doğrulanır niteliktedir.

Diğer yandan, BWV 156 *Sinfonia* bölümünden sonraki ilk koral arya partisi ve sözlerine bakıldığında, *Nurr lass mein Ende selig sein!* (sonumun mutlu olmasına izin ver!) sözleri ve ünison olarak Fa sesi ile son bulmaktadır. Her ne kadar başlıkta Fa majör tonalitesi görünse de bu hali ile majör karakteri duyurmak yerine tek bir ses (dikey çoksesli bitirişten uzak) ile son sesleniş yaptığı görülmektedir. Buradaki ifade adeta ‘tüm ruh ile dile getirilen merhamet isteğini tek bir seste sunma’ olarak değerlendirilebilir. Sunulan bu yorum ile; Bach’ın müzikal-retorik figürler ile ifade etmek istediklerini ne denli güçlü bağlantı ve farkındalık seviyesi ile ortaya koyduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Sonuç

Fa minör (BWV 1056) piyano konçertosunun *Largo* bölümü için uygulanan geleneksel retorik prensiplerin, Johann Sebastian Bach’ın müziğiyle yakından ilgili olduğunu göstermektedir. Yapılan araştırmalar retorik sanatının, Barok dönem müziğinde son derece etkili bir araç olduğuna dikkat çekmektedir.

Cicero ve Quintilianus gibi retorik geleneğin kalıcı ve etkili doktrinini *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *narratio* ve *pronuntiatio* olmak üzere beş ana bölümden oluşturmuşlardır. Quintilian, *Institutio Oratorio* (M.S. 96) adlı eserinde “insanlığın duygularını heyecanlandırarak veya belirleme gücüne sahip müzik ilkeleri hakkında bilgi”lerden bahsetmiştir. Bu tanımdan anlaşılacağı üzere eski Yunan geleneğinde müzik kavramı yalnız sesler değil şiir, dans, gramer ve felsefeyi de içine almaktaydı. Retorik ilkelerin müzikte uygulanmasının temel amaçlarından biri; müzikal söylemin, başta yorumcu olmak üzere dinleyicilerin ilgisini çekme, sürdürme ve kontrol etme bağlamında sahip olduğu gücü kanıtlayabilmektir. Retorik analiz belirli bir söylemin ikna edici ve çekici unsurlarını ortaya koyma yeteneğine sahiptir. Ancak retorik uygulamasına ait analiz aşamaları müzik yapıtlarının niteliğine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Böylelikle müzikal-retorik analizin, yapıtların söylemlerini ‘yorumlayıcı’ bir sanat olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Söylem (*oratoria*) içeriği ve kökeni, retorik analize başlarken dikkate alınacak ilk noktalardan biri olma özelliğine sahiptir. Bu bağlamda, *Inventio* alanına ait bilgiler, araştırma hakkındaki görüşe rehberlik etmiş; Fa minör (BWV 1056) piyano konçertosu *Largo* ile *Ich steh mit einem Fuß im Grabe* başlıklı Cantata eserinin (BWV 156) *Sinfonia* bölümlerinin yakınlaştırılmasını mümkün kılmıştır. Cantata’daki (BWV 156) söz ve metinlerden, *Sinfonia* bölümünün bir transkripsiyonu olan *Largo* bölümünün müzikal-retorik anlayışına dair belirgin anlamlar çıkarılmıştır. *Largo* bölümünün müzikal oluşumunu keşfetmeyi mümkün kılan *dispositio*; yalnızca formal ve kesin bir şema olarak değil aynı zamanda müziğin söylemi ile bağlantılı olarak kendisinden ortaya çıkan bir yapı olarak değerlendirilebilir. Bestecinin müzikal söyleminin gücü, alıntı yaptığı Cantata’daki (BWV 156) metnin içinde bulunan bir görüntü ya da fikrin notasyona yansıtılmadaki karakteristik şekli ile bir arada ilerlediği görülmektedir.

Kaynaklar

Bach, C.P.E. (1949). *Essay on the True Art of Playing Keyboard Instruments*. Translated and edited by William J. Mitchell. New York and London: W.W. Norton & Company, Inc.

- Bartel, D. (1997). *Musica Poetica, Musical-Rhetorical figures in German Baroque Music*, Lincoln: University of Nebraska Press.
- Birnbaum, J.A. (1739). *Verteidigung Bachs gegen Scheibes Angriffe*, Leipzig.
- Burmeister, J. (1601). *Musica autoschediastike*, Rostock.
- Cano, R.L. 1998. “*Musica poetica-esthetica Musica: the Baroque musical rhetoric theory as aesthetic trace*”; actas del *Sixth International Congress on Musical Signification*; Aix-en-Provence (Aix-en-Provence, 1-5 december 1998): University of Provence and University of Helsinki (forthcoming).
- Kirkendale, U. (1980). The Source for Bach's *Musical Offering: the Institutio oratoria* of Quintilian. *Journal of the American Musicological Society*, 33(1): 88-141.
- Kubik, R. & Legler, M. (2009). Rhetoric, Gesture and Scenic Imagination in Bach's Music, *Understanding Bach*, 4(2): 55-76.
- Laurin, A.P. (2012). Classical Rhetoric in Baroque Music (yayınlanmamış yüksek lisans sanat çalışması raporu), Stockholm: Institution för Klassisk Musik-Kungliga Musikhögskolan.
- Schneider, H. (1972). *The French Composer Theories Beaujoyeux to Rameau*, New York: Norton Publishings.
- Schubart, C. (1806). *Ideen zu einer Aesthetik der Tonkunst*, Annotated translation by Ted Alan DuBois for PhD dissertation (1983), Los Angeles: University of Southern California.
- Steblin, R. (2002). *A History of Key Characteristics in the 18th and Early 19th Centuries*, New York: University of Rochester Press.
- Wilson, B., Buelow, G., Hoyt, P. (2001). Rhetoric and Music, *Grove Music Online*. Oxford Music Online. Oxford University Press.

RESEARCH ON DETERMINING PERCEPTIONS AND ATTITUDES TOWARDS EMOJI USE IN DIGITAL MARKETING CAMPAIGNS*

Oya ERU¹
Volkan YAKIN²

ABSTRACT

The effect of the digital revolution is spreading through all aspects of life. One of the newest periods of marketing strategy is digital marketing. The most intensive group using digital devices is young students. In addition, young consumers are the group that uses social media the most. Users who want to interact with younger generations use digital marketing technologies. Companies can use many tools for their digital marketing campaigns. The newest digital marketing tool can be considered emojis. The aim of this study is to investigate the attitudes and perceived benefits of young consumers towards emojis in emotional and rational advertising messages used in social media advertising campaigns. In order to realize the aim of the research, a questionnaire study was conducted on the students of the School of Applied Sciences. The research on 580 students revealed that emojis were more effective than traditional methods when they were used at the right time and on the target audience.

Keywords: Digital Marketing, Emoji, Social Media

DİJİTAL PAZARLAMA KAMPANYALARINDA EMOJİ KULLANIMINA KARŞI DÜŞÜNCE ve TUTUMLARIN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ÖZ

Dijital devrimin etkisi yaşamın neredeyse tüm yönlerine yayılmaktadır. Pazarlama stratejilerinin en yeni dönemlerinden biri ise dijital pazarlamadır. Dijital cihazları kullanan en yoğun grup genç tüketicilerdir. Ayrıca, genç tüketiciler de sosyal medyayı en yoğun kullanan gruptur. Genç tüketicilerle etkileşimli bir ilişki kurmak isteyen şirketler dijital pazarlama stratejilerini kullanmaktadırlar. Şirketler dijital pazarlama kampanyaları için birçok araç kullanabilir. En yeni dijital pazarlama aracı emojiler olarak kabul edilebilir. Bu çalışmanın amacı genç tüketicilerin sosyal medya reklam kampanyalarında kullanılan duygusal ve rasyonel reklam mesajlarındaki emojilere yönelik tutumlarını ve algılanan faydalarını araştırmaktır. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek üzere Gerede Uygulamalı Bilimler yüksekokulu öğrencileri üzerinde deneysel yöntemle anket çalışması yapılmıştır. 580 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda, emojilerin doğru zamanda ve hedef kitle üzerinde kullanıldığında geleneksel yöntemlerden daha etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Emoji, Sosyal Medya

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, oya.eru@gmail.com, ORCID:0000-0002-6678-0156

² Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, volkanyakin@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6518-8348

*This is an extended version of the paper presented at the MMRA Marketing Congress 1-4 May 2019.

Received/Geliş:01/06/2019 Accepted/Kabul: 31/07/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Eru, O. ve Yakın, V. (2019), "Research on Determining Perceptions and Attitudes towards Emoji Use in Digital Marketing Campaigns", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.83-100.

Introduction

The use of the internet via smartphones has given people easier access to the internet to search, purchase, or connect with what they want twenty-four-seven, 24 hours a day. However, these situations allow the influence of the digital revolution to spread into almost all aspects of life. According to the 2019 Global Report edited by Wearesocial, 4,388 billion of the total world's population are internet users. On the other hand, 5,112 billion of the total population of the world are unique mobile users and 3,484 billion active social media users (Kemp, 2019). According to GSMA Mobile Economy Report 2016, the number of smartphone connections globally will increase by 2.6 billion by 2020. According to the report, the penetration rate of mobile users will reach 72% by 2020 globally. Thus, it can be said that the growing number of smartphones and other mobile devices increases the use of data intensive applications. With the increase in the usage of smartphones, companies who want to add digital marketing strategies to their marketing plans should act by taking into account this situation. However, mobile phones are not just used for communication. Also, mobile internet allows people to connect, search, reserve, or purchase what they want and whenever they want it. People use mobile devices because they do not want to cut connection with internet and social media.

Also with the use of the internet and social media, a new type of consumer arises. Thus, new consumers especially young ones, perform the following activities such as; search, like, dislike, follow, comment etc. New consumers adopt digital channels and platforms to their purchasing behaviors. They use smartphones as shopping assistants, and they review products or services online. New consumers have unlimited access to information about products or services. Therefore, it can be said that new consumers are more powerful compared to the traditional consumers. With the use of free tools available on the internet, consumers can compare prices and purchase conditions, verify suppliers, or even recommend products or services to their reference groups or followers. According to Ryan (2014), the development of the technology influences consumers. Consumers are being enabled to connect to each other more easily with digital technologies. Also, consumers can create their own contents and can share them with companies. With digital technologies, consumers can involve in the creation process of the products and services. According to the researches, it can be said that most of the consumers read online reviews before purchasing (Godes and Silva, 2012). Reducing time and effort, gaining access to more choices than available locally and finding the best price, helps to trigger consumer's involvement in online shopping too (Nielsen, 2016). So it is definitely clear that the most effective tool to reach these people is the internet. As such, a new marketing method is necessary. This new method could be identified as digital marketing. Digital marketing can be described as performing marketing activities via digital devices. Furthermore, the latest innovation in digital marketing can be described as emoji marketing.

Digital Marketing

Digital marketing can be basically described as the promotion of products, services or brands via electronic media tools. According to Bird (2007), digital marketing could be described as marketing in which messages are sent using tools that depend on digital transmission.

Digital marketing differs from traditional marketing. This is because the channels and methods to reach consumers are different from that of traditional marketing. With digital marketing, companies can create a relationship with their consumers interactively. So it makes it possible to measure the feedbacks of their campaigns easier. And it can be said that with digital marketing, companies will take new opportunities and create new work areas. According to Leeflang et al. (2014), digital marketing is an important competitive advantage in B2B and B2C marketing. With digital marketing, companies can be able to observe consumer's behaviors. According to Baines et al. (2013), reduction of management costs, execution speed, and user experience, is driving the marketers' interest in digital marketing activities. Rayport ve Sviokla (1995) expressed that, with digital marketing, scale economies are being developed and new formation of new business fields appeared. Consumers use multiple digital channels and these channels are cheaper than traditional marketing channels to reach consumers. Companies are able to collect data about their consumers with digital marketing. In addition, companies who hope to gain increasing sales, induce innovation, create brand loyalty, and enhance customer's engagement from analyzing this data (Leeflang et al., 2014). Digital marketing increases sales because companies could reach a larger consumer size (Acar and Kayahan, 2007). Digital marketing provides added value to companies and consumers; provides interactive communication between consumers and companies; and provides companies with online brand extension. In addition, digital marketing provides small and medium enterprises with the opportunity to expand their market (Özel, 2012). Small businesses can offer unique products or services which can also be a very successful and profitable concept, especially if marketed well in digital platforms (Toksoy, 2010). With digital marketing, companies can create innovative campaigns.

E-mails, webcasting, mobile internet, QR codes, Bluetooth, mobile apps, contents, local based marketing tools, kiosks, the home page of companies' web sites, paid search words, paid banner ads, e-bulletins, search engine marketing, forums, and blogs and SMS' and social media are the most common channels for digital marketing (Toksoy, 2010; Chaffey et al., 2012; Leeflang et al., 2014). One of these tools, "social media" has a massive role to play in digital marketing.

Social Media

Social media can be described as a platform that people can share, comment, create or exchange information with each other interactively. Today, there are many kinds of social media platforms that people can use in communicating with each other. Therefore, the most popular and frequently used of them include Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Periscope, Snapchat, Foursquare, and Swarm. The intent

usage of social media all over the world, triggers companies to reach their targeted clients through this channel. Social media has become a marketplace for companies and marketers. Social media allow companies to engage in timely and direct consumer contact at relatively low cost and at higher levels of efficiency than traditional marketing (Kaplan and Haenlein, 2010). According to DeMers (2014), using social media in marketing provides significant benefits to marketers. These benefits include: visibility, loyalty, diffusion, humanization, popularity, decreased costs, increased inbound traffic, and instant contact.

It is an effective strategy for companies to use social media for their advertising campaigns (Weinreich, 2007). Through social media, institutions achieve a variety of objectives such as one-to-one communication with the target consumer group, creating brand loyalty, transferring corporate messages, and achieving correct marketing decisions through returns from them (Köksal and Özdemir, 2013). According to Onat and Alikılıç (2008), the most important reasons for using social media in digital marketing campaigns such as digital advertising can be counted as; to reach more people with lower budgets, establishing an interactive communication with people, spreading campaigns to wider audiences, reaching the right target audience and measuring the success of the campaign. In addition, it is stated that people started to move away from traditional advertising media, in the studies. People who are constantly exposed to advertising messages through various channels during the day want to control their media consumption. so people want to access and view content that is appropriate to them (Faulds and Mangold, 2014; Tao, 2016). In this respect, social media is becoming an appropriate advertising tool for digital marketing activities. The most innovative and creative digital advertising campaigns carried out using social media are advertising campaigns with emojis.

What Are Emojis?

Although the popularity of today's visual communication is in line with the development of social media, the first use of non-verbal communication in digital media goes back to the 1990s. Pictograph, which includes emojis, was considered as an alternative to the standard language as well as the way to express emotions easily and automatically (Vidal et al., 2016). The first firm of the pictograph is called "emoticon." However, the term is usually used to refer to simple face visuals that are used for expressing emotions and moods in electronic messages (Whalter and D'Addario, 2001). Emojis are more elaborating versions of emoticons, and they were first used in Japan in 1999. Shigetaka Kurita, who is known as the father of emoji alphabets, developed the emojis to find a solution to the problem of character limits with text messages on mobile phones.

Emojis were meant to form a global language which is also based on the simple expression of feelings and thoughts (Golden, 2015). When compared to emoticons, emojis are more colorful, diverse, visual, and personal. Unlike the punctuations that are generally used by almost everyone, emojis allow users to express feelings to the receiver in a clearer and a more personal way (Shanghani, 2014). Researches conducted in

different disciplines about the usage of emojis conclude that emojis have more benefits than what was initially thought. For instance, Churches et al. (2014) showed that people react to emojis the same way as they respond to real human faces. When negative feedback to receivers is provided along with positive emojis, that strengthens the receivers' perception of good intention communicated to them through the pretty equivalent feedback. Through this way, emojis help receivers tone, down their criticisms and, in return, receive the message more gracefully. By this way, emojis softens the blow of a critique (Wang et al., 2014). According to other findings in literature, people that uses emojis are more popular than their friends who do not, and they appear more friendly and competent; hence, emojis make a positive effect while increasing credibility when used in corporate e-mails (Tchokni et al., 2014; Kalyanaraman et al., 2013; Gacey et al., 2013).

Also, it was observed that emojis provide a more enjoyable and positive experience of communication, allow more personal interaction, and are perceived to be more useful than their alternatives (Huang et al., 2008). According to Emogi Report (2015), emojis are used by 92% of the online population. Most intense users of social media and emojis are the millennial generation; nearly 80% of millennials (age < 29 years) use emojis.

Emojis help people to create personal relationships. Apart from helping people to be understood, they are easy to use and they are one of the means of communication. Today, communications are so rapid and emojis are the main fundamentals of this rapid digital communications. According to the Brenner (2015), millennials are addicted to social media. In addition, they are connected to the digital world and they mostly communicate increasingly with emojis.

Nowadays, there is abundance of information and this makes it more important to get attention from consumers. Consumers do not watch, read, or listen to a lot of long ad messages. As a result, this makes emojis to be used by companies to create a short, real, and emotional relation.

According to results of a study (www.fikrimuhim.com, 2018), that investigate users of emoji, 77% of participants who joined the research (7252 participant) stated that they use emojis in nearly all of their communications. According to the results, emojis are used mostly in mobile chat apps, Social media and mobile SMS. Also, emojis are mostly used on Facebook and Instagram. Communication with the use of emojis mostly takes place between friends (69%). Participants, who use emojis in their communication preferences, use emojis to express their feelings better, support their ideas, and state many things within a short time period. Also, users of emojis believe that the use of emoji makes it easier to express ideas and avoid misunderstanding. According to research findings, two out of five people believed that emojis will replace words. According to Vidal et al. (2016), the results of the research considered 12,260 tweets about breakfast, lunch, dinner and snack eating situations where consumers express a wide range of positive and negative emotions. Thus, these emoticon and emoji use is tailored to the content of the tweets. According to Zhang et al. (2016), emojis can react like a real human face. Emojis are correlated with real-life happiness. According to Pavalanathan and Eisenstein (2015),

emojis have been introduced to social media, and are increasingly popular. According to the findings of their study, emoticons were primarily designed using facial expressions to express emotion. However, they were also used to “establish more of a conversational connection, a playful interaction, or a shared and secret uniqueness within a particular relationship. Today, the purpose of emojis goes beyond facilitating interpersonal communications. The growing frequency of emoji usage in digital communications made companies realize the added value of visual expressions in written format. As such, these companies have started to use increasingly emojis more and more in their digital marketing communications campaigns for the past few years.

Emoji Marketing

Emoji marketing can be described as using emojis in digital marketing strategies and campaigns. There are a number of elements to be considered in order to use emoji in digital marketing campaigns. Among the most important are brands which are aimed at reaching the target audience.

Mostly, the target audience or potential audience are using emojis or going to use emojis in their communication. Thus, with digital marketing campaigns, companies will engage with target audiences. According to Tao (2016), in 2015 alone, tens of billions of messages with emojis were sent to over a billion users using Appboy technology. Year-over-year, the growth of campaigns using emojis has been 777%. The month-over-month growth of emoji use in 2016 has been over 20% and is still increasing. According to Ross (2016), brands’ usage of emojis is increasing.

Nowadays, brands recognize the power of emojis for their digital marketing campaigns. Brands use emojis to communicate with their target audience via audiences’ mobile phones. Thus, they use emojis to express that they are using the latest communication trend, and they deliver their messages in a simple way. According to Lacy (2015), brands start to use emojis because more consumers start to use emojis. Tao (2016), stated that consumers are exposed to so many advertisements every day. So in this overloaded information environment, brands are struggling to stay relevant and communicate their message in few seconds to get the attention of consumers. Ge and Gretzel (2018), on the other hand, concluded that the use of emoji by social media phenomena is strategic and persuasive and also serves various communicative purposes. According to the Emoji Report (2015), consumers respond to ads with emojis; and emoji used real-time marketing campaigns to help to increase the click rates and Dwell time. The report expressed that the use of emojis in digital advertising represents the consumers’ responses. Most of the consumers use very positive emojis when recommended something. Thus, if they found the digital ads to be familiar, they use neutral responses; and when they are interested in the digital ads, they use positive emojis again. Basically, two reasons affect consumers’ positive emoji usage. When the ad is different from others, it stirs consumer’s emoticons and they like to give an opinion; thus, emotional reasons trigger the use of positive emojis. On the other hand, if the ad is relevant, informative, important, clear, understandable, and interesting to the consumer, and if the consumer believes on the ad’s message, cognitive reasons trigger consumers to use positive emoji.

When composing advertising messages, they can be prepared with emotional content or rational content depending on their feelings or logic. Emotional advertising messages consist of fun, warm, friendly content, while rational content consists of logical content such as product/price information and brand name (Pelsmacker et al., 2002). From this point of view, the hypotheses and the research model (Figure 1) of the study were prepared as follows.;

H1a: *There is a significant difference between the participants' attitudes towards emoji-containing emotional message and emoji-free emotional message.*

H1b: *Participants' perceptions of emoji-containing emotional message and emoji-free emotional message is significantly different.*

H1c: *Participants' attitudes towards rational advertising message with emoji and rational advertising message without emoji differ significantly.*

H1d: *Participants' perceptions about the benefit of rational advertising message with emoji and rational advertising message without emoji differ significantly.*

Also, according to the literature it is seen that female participants use emogies more (Hwang 2014, Toksöz and Kahraman 2017). Thus, the second hypthothesis of the study can be seen below;

H2: *Emoji usage status of participants varies according to gender.*

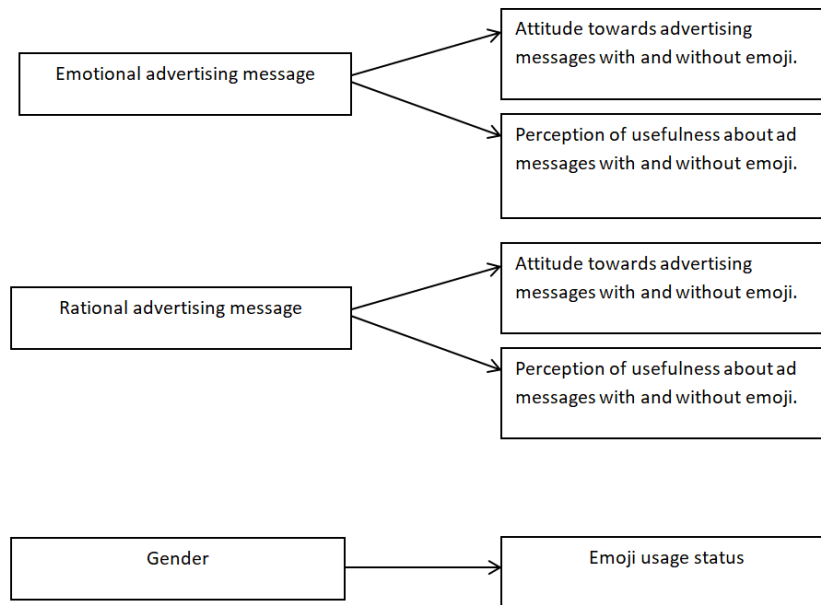


Figure 1. The Research Model

Methodology

The study was designed as an applied study. For the application part of the study, questionnaire technique was used. One of the scales used in the research was the emoji usage scale, Gökalliler and Saatçioğlu's (2016); scales related to advertising message,) Sheinin et al. (2011) and Haws et al. (2010). The questionnaire consists of 17 questions and three sections. The population of the study consists of social media users between the ages of 18-25. The reason why this age range is selected as the main population is that those who use social media and emojis most are in this age range (Emogi Research Team, 2016; Kemp, 2019; Brenner, 2015; fikrimuhim.com, 2015). Gerede School of Applied Sciences students were selected as samples. The school has 953 students. If the population is up to 1000 people with 95% confidence interval and sampling error = 0.05, the sample size can be considered as 278 people (Yazıcıoğlu and Erdoğan, 2004). In the research, 580 students were reached. SPSS package program was used in the analysis of the collected data. Four advertising posters are designed for the application. Participants were asked to answer the questions in the questionnaire after reviewing the poster shown to them. The advertising posters used in the research were prepared in relation to goods and services. The first of the posters (figure 2) was prepared using emojis, consisting of an emotional advertising message 144 participant. The second poster (figure 3) contains an emotional advertising message but does not contain emojis 143 participant. The third poster (figure 4) was prepared with rational advertising message content and with emojis 151. The fourth poster (figure 5) was prepared without the use of emojis and contains rational advertising message 142. The posters were shown to four different groups and we determined that the participants' attitudes towards advertising messages and their perceptions about the benefit of the advertising message.



Figure 2



Figure 3

Artık ayaklarınıza kara sular inmeyecek!



Artık ayaklarınıza kara sular inmeyecek!



Figure 4

Figure 5

Gender	%	1.Group		2.Group		3.Group		4.Group	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Women	49,3	65	46	82	57	61	40	80	56
Men	50,7	79	54	61	43	92	60	62	44
Total		144	100	143	100	153	100	142	100

Findings

When the findings of the study were examined, it was concluded that 49.3% of the participants were women and 50.7% were men (Table1). According to the findings, female participants stated that they used emoji when they were messaging more than male participants. Also, female participants stated that emoji was a way of expressing emotions, that it was fun to use emoji, and that they could better understand the feelings of the other party when an emoji message came, more than male ones. From this point of view, it can be stated that the findings obtained in the research have reached similar results as those in the literature. In the literature, it is stated that using emoji is the easiest way to express emotions, emojis messages are more effective and more fun (Huang et al., 2008; Vidal et al., 2016; Shanghani, 2014; Wang et al., 2014; Churches et al., 2014; fikrimuhim.com, 2015; Özdemir et al., 2019; Hsieh and Tseng, 2015; Gökaliler and Saatçioğlu; Toksöz and Kahraman, 2017).

Table1. Distribution of Participants by Gender

The developed Hypotheses in order to determine the attitudes and perceived benefits of the participants to the messages of social media advertising campaigns with emotional content and rational content, with and without emojis, are tested with Mann Witney U tests. before hypothesis testing, Factor analysis has been conducted. Explanatory factor analysis was applied to determine the factor structure of the expressions in the scale. KMO and Barlett sphericity test were used to perform factor analysis.

Table 2. Results of KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,895
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5420,999
	Df	91
	Sig.	,000

Test results show that the expressions are suitable for factor analysis, (KMO value, 0.895 and chi-square value, 5420,999, $p < 0,000$). After, KMO and Bartlett's Tests, factor analysis has been conducted. When factor loadings were taken into consideration, 2 factor items below 0,300 and loading more than one factor were excluded from the scale. These substances are 4.-8. scale items consisting of questions. As a result of factor analysis, 3 factors (perceived benefit of advertising message, attitude towards advertising message, and emoji use status) measure 72,232% of explained variance. Reliability analysis (reliability coefficient for factor 1, 0.874, reliability coefficient for factor 2, 0.875 and factor 3 for factor 3, 0.891) were applied for the reliability of the scales. The results of the factor analysis can be seen in Table 3;

Table 3. Results of Factor Analysis

Components		% of Total Variance Explained	Cronbach's Alpha
Component 1 /Ad. Usefulness	Factor Loadings	42,245	0,875
1. This ad. is believable.	0,627		
2. This ad provides relevant information.	0,931		
3.This ad does a good job of presenting the product's benefits.	0,775		
4. This ad provides practical information.	0,568		
Component 2/ Ad. Attitude		65,307	0,874
5.I enjoyed the ad.	0,892		
6. I liked the ad.	0,804		
7. This ad is a catchy ad	0,785		
8. This ad is a catchy ad	0,811		
9. This ad excited me.	0,847		
Component 3 /Emoji Usage		72,232	0,891
10. I use emoji when messaging with my friends on my social media accounts	0,833		
11. I think using emoji is a way to express our feelings today	0,857		

12. Using emoji is fun	0,898		
13. I think emojis provide information about the personality of the emojis senders	0,719		
14. When I receive an emoji message while messaging, I can better understand the feelings of the person I'm texting.	0,856		

As a result of factor analysis, three factors were obtained. These are; Ad. Usefulness, Ad. Attitude and Emoji Usage.

Since the data obtained were not normally distributed, hypotheses were tested using nonparametric tests. For this purpose, Man Whitney U Test was applied (Table 4).

Table 4. Results of The Mann Whitney U tests For Hypothesis

Hypothesis	N	Mean rank	Wilcoxon W	U	P	
H1a	144	159,33	22943,00	8089,000	,002	Accepted
	143	128,57	18385,00			
H1b	144	146,02	21027,00	10005,000	,678	Rejected
	143	141,97	21301,00			
H1c	153	153,95	23554,50	9952,500	,212	Rejected
	142	141,59	20105,50			
H1d	153	150,66	23051,00	10456,000	,577	Rejected
	142	145,13	20609,00			
H2	287	321,05	91819,00	33306,000	,000	Accepted
	295	260,79	76671,00			
(p < 0,05)						

When the hypothesis test results are evaluated; When the attitudes of the participants towards the emotional message containing the emoji and the emotional message without the emoji were compared, a significant difference was found between the emotional message containing the emoji and the emotional message without the emoji (H1a: Accepted).

There was no significant difference between the perceptions of the participants about the benefit of the emotional message containing the emoji and the benefit of the emotional message without the emoji (H1b: Rejected).

There is no significant difference between participants' attitudes towards rational advertising message containing emoji and rational advertising message without emoji (H1c: Rejected).

There was no significant difference between the participants' perceptions of the rational advertising message containing emoji and the benefit of rational advertising message without emoji (H1d: Rejected).

Emoji usage of the participants varies according to their gender. Female participants use emojis more than male users (H2: Accepted).

Conclusion and Recommendations

Today, there is a very important competition between brands. In this competition, the brands which will retain their brand power will be differentiated from the others. In addition, consumers are continuously exposed to ads and they get bored with it. After all, with the rise of mobile internet, usage of smartphones, and the rise of the intense interest for social media, new marketing strategies of companies is inevitable. From this point of view, it can be said that companies who want to reach consumers, and who want to relate an interactive loyalty, have to create new, friendly, innovative, and smart campaigns. In addition, the newest trend in digital marketing involves the use of emoji in marketing campaigns.

From this point of view, the aim of this study is to investigate the attitudes and perceived utility of young people towards emojis used in social media advertising campaigns. Although the use of emojis in digital marketing has been increasing day by day, limited research has been found in the marketing literature related to determining perceptions and attitudes towards the benefit of advertising when social media ads are used. This situation was the most decisive factor in conducting the research. Another dimension that distinguishes this research from other studies is that it compares advertising messages emotionally and rationally.

Researches conducted in other disciplines related to emojis states that people perceive emojis as real human emotions, that emojis are the simplest and fastest way to express emotions, and that using emoji is fun (Golden, 2015; Churches et al., 2014; Huang et al., Huang, et al. 2008; Vidal et al., 2016; Shanghani, 2014; Wang et al., 2014; fikrimuhim.com, 2015; Özdemir et al., 2019; Hsieh and Tseng, 2015; Gökalliler and Saatçioğlu; Toksöz and Kahraman, 2017). The results of the study are in parallel with the results obtained in the literature.

The participants stated that using emoji is a way of expressing emotions, that using emoji is fun and that they can better understand the feelings of the other person when they receive an emoji message while messaging. There is a significant difference between the attitudes of the participants towards the advertising messages using emotional content emoji and the attitudes towards the emotional advertising message without emojis. Novak et al. (2015) stated that emoji messages were more effective on people than non-emoji messages, so it would be beneficial for enterprises to add emoji to their campaign messages in their digital marketing campaigns. Again, according to the Emoji Report prepared in 2015, it is stated that consumers react more to emoji content advertising messages and that emojis will increase the clickthrough rate of businesses in the real-time digital advertising campaigns.

The attitudes of the participants towards the rational advertising message do not differ whether or not emoji is used in the advertising message. Therefore, as it is stated in the literature, it can be said that emojis will be a more suitable promotion tool for advertising messages with emotional content due to their structure reflecting emotions. It is stated in the literature that as the creativity of advertising campaign increases, the attitude towards advertising is positive (Gökalliler and Saatçioğlu, 2016). When the results of the research are evaluated, it is seen that female participants use emojis more. This result is similar to previous results in the literature (Hwang 2014, Toksöz and Kahraman 2017). From this point of view, it can be said that the inclusion of emojis in the advertising messages of the enterprises that want to reach their female customers via social media will create a positive attitude for female customers.

Companies want their marketing processes to be successful with low costs but more effectiveness. To create this, they can benefit from the advantages of emojis. Companies began to use social media platforms intensively in their advertising campaigns. And emojis are also an important element of social media. Therefore, it is believed that the results obtained by this study will guide the enterprises.

The fact that emojis are associated with emotions, perceived as a common language and leave a positive effect can lead businesses to create advertising messages with emoji content. In this way, businesses can find a more interactive and positive relationship with their users.

Since using emojis in social media advertising messages will be more engaging and creative than traditional advertising messages, emojis can also give users a positive attitude towards emotional advertising messages. Tao (2016) stated that as long as people use social media, emojis will be a creative tool for marketers and businesses. So, it can be expressed that continuing developments and improvements in emoji marketing will take attention of such companies to employ emoji oriented marketing strategies in their future works. According to Köse and Sert (2015), social media environments are used by many companies to improve effectiveness and efficiency. Thus, it can be said that if companies deliver the right message at the right time to the consumers, social media will be a highly efficient medium for marketing. Today's millennials are future's consumers. Therefore, to reach them in the future with emoji marketing, companies have to take into account some points; companies have to use emojis at the right time with the right content; companies have to create a story in their content and not to use emojis in all of their contents; companies have to use emojis if they want to create an engaging experience with their consumers; and companies have to use emojis if they think that emojis are relevant and beneficial for their digital campaign. In addition, companies have to remember that emojis can be used as one tool in digital campaigns. They have to be used together with other tools, such as games, hashtags, etc. Not every brand needs to integrate emoji's into their campaigns, but they have to keep an eye on their consumers' passion points. It should be noted that the most important feature of emoji is the same meaning in all languages. As a result, companies can benefit from this feature. it can be said that, when generating digital marketing campaigns, the use of emojis will be very successful when used at the right time and for the right consumers.

If the target audience were members of babyboomers or x generation, using emojis cannot bring positive results. Also, it has been considered that emojis reflect emotions. So, in order to create successful campaigns, brands have to use emojis that appeal to the emotions of consumers. Also, brands have to analyze consumers' usage aims of emojis to trigger them to relate with the brand and to attract the attention of consumers. Novak et al. (2015) expressed that tweets with emojis are more emotionally loaded and have a significant impact on the perception of the human emotion. According to the results of the study, it can be said that emojis are mostly use at the end of the tweets. As a result, it can be suggested to the brands who want to use emojis in digital marketing campaigns.

Emojis will be a new digital marketing tool to reach consumers. Emojis become a powerful form of promotion because they empower self-expression and allow brands to enter C2C conversations in an organic way. With emojis, brands can be able to add an emotional layer to their marketing strategies. Also, emojis are widespread, easily recognized, and it transcends the language and cultural barriers. However, these situations trigger brands to use emojis in their digital marketing strategies. While there are opportunities for brands that use emojis, there is also some danger too. First of all, emojis may not fit for every brand. Also, brands should not just try to use emoji for testing or to have fun, but they have to analyze if their audiences adopted emojis. According to Brenner (2015), if brands want to start using emojis in their digital campaigns, they have to consider some factors. If brands want to do emoji marketing, they have to use the latest technology and think mobile first. Brands also should think about what their consumers care about or think. This makes brands more humanistic. According to Shayon (2015), when a brand shows up in the right way and at the right place, it can make that relationship even stronger.

The findings of the study are limited to the answers given by the participants. The fact that the research was conducted only on GUBYO students limited the comparison of different generations. Time and cost constraints are other constraints in terms of conducting research on a wider audience. Further research can be carried out with wider samples and different perspectives such as the effect of emojis on purchasing intention and the brand awareness, in addition to identifying thoughts and attitudes towards advertising messages by including different age groups in the research.

References

- Acar, E. ve Kayahan C. (2007). Elektronik Ticaret ve Elektronik İş. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Baines, P., Fill, C., & Page, K. (2013). Essentials of Marketing. Oxford University Press.
- Bird, D. (2007). Commonsense Direct and Digital Marketing. Kogan Page Publishers.
- Brenner, M. (2015). The rise of the emoji for brand marketing. Retrieved from: <http://www.theguardian.com/media-network/2015/jan/26/rise-emoji-brand-marketing> (20.05.2019)
- Chaffey, D., Smith, P. R., & Smith, P. R. (2012). eMarketing eXcellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing. Routledge.
- Churches, O., Nicholls, M., Thiessen, M., Kohler, M., Keage, H. (2014). Emoticons in Mind: An Event-related Potential Study. Social Neuroscience, 9(2), 196-202

- DeMers, J. (2014). The Top 10 Benefits of Social Media Marketing. Retrieved from: <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2014/08/11/the-top-10-benefits-of-social-media-marketing/#282b56c82a4d> (08.10.2019)
- Faulds, D. J., & Mangold, W. G. (2014). Developing A Social Media and Marketing Course. *Marketing Education Review*, 24(2), 127-144.
- Gacey J. H., Moore L., Gallo J., (2013). Some Science Behind the Smiley, Emoticons and Their Possible Impact on The Workplace. Retrieved from: <http://www.hrfloridareview.org/item/266-some-science-behind-the-smiley-emoticons-and-their-possible-impact-on-the-workplace> (11.06.2019)
- Ge, J., & Gretzel, U. (2018). Emoji Rhetoric: A Social Media Influencer Perspective. *Journal of Marketing Management*, 34(15-16), 1272-1295.
- Global Connected Commerce Is e-tail Therapy The New Retail Therapy? Retrieved from: <http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/jp/docs/report/2016/Nielsen-Global-Connected-Commerce-Report-January-2016> (27.06.2019)
- Godes, D., & Silva, J. C. (2012). Sequential and Temporal Dynamics of Online Opinion. *Marketing Science*, 31(3), 448-473.
- Golden L. (2015). Emoji History: The Background, History, and Future of The Symbols That Have Taken Over Conversation All Over The World. Retrieved from: <https://storify.com/lindsaygolden/emojis-history> (17.08.2019)
- Gökaliler, E., & Saatçioğlu, E. (2016). Bir Reklam unsuru olarak emoji kullanımı: emoji içerikli reklamlara yönelik tutum araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 19(2), 63-91.
- GSMA Mobile Economy Report 2016 Retrieved from: <https://www.gsma.com/mobileeconomy/2016/global/>
- Haws, K. L., Dholakia, U. M., & Bearden, W. O. (2010). An assessment of chronic regulatory focus measures. *Journal of Marketing Research*, 47(5), 967-982.
- Huang, A. H., Yen, D. C., & Zhang, X. (2008). Exploring the Potential Effects of Emoticons. *Information & Management*, 45(7), 466-473.
- Hsieh SH & Tseng TH, (2015). The Effects of Emoticons and Text-Messaging on Social Interaction: Playfulness in Mobile Instant Messaging. In PACIS: 220.
- Hwang, H. S. (2014). Gender Differences in Emoticon Use on Mobile Text Messaging: Evidence from a Korean Sample. *International Journal of Journalism & Mass Communication*. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.15344/2349-2635/2014/107> (05.06.2019)
- Kalyanaraman, S. and Ivory, J. D. (2006). The Face of Online Information Processing: Effects of Emoticons on Impression Formation, Affect, and Cognition in Chat Transcripts. Retrieved from: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/3/2/8/pages93286/p93286-1.php (16.07.2019)
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kemp, S. (2019). Digital in 2019, Retrieved from: <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2019> (17.07.2019)

- Köksal, Y., and Özdemir, Ş. (2013). Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1).
- Köse, U., & Sert, S. (2015). Social Media Environments and Their Role On Success Of Marketing Processes. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 10(2).
- Lacy, L. (2015). Emoji Marketing: What Brands Need to Know. Retrieved from: <http://www.momentology.com/5866-emoji-marketing/> (20.07.2019)
- Leeflang, P. S., Verhoef, P. C., Dahlström, P., & Freundt, T. (2014). Challenges and Solutions for Marketing in A Digital Era. European Management Journal, 32(1), 1-12.
- Novak, P. K., Smailović, J., Sluban, B., & Mozetič, I. (2015). Sentiment of Emojis. Retrieved from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144296>
- Onat, F., & Alikılıç, Ö. A. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. Journal Of Yaşar University, 3(9), 1111-1143.
- Özel, M. (2012). Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımını ve Üniversitelerde Dijital Pazarlama İletişimi Uygulamalarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. (Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul). Retrieved from: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>
- Pavalanathan, U., and Eisenstein, J. (2015). Emoticons vs. Emojis on Twitter: A Causal Inference Approach. Retrieved from: <https://arxiv.org/abs/1510.08480> (19.07.2019)
- Rayport, J. F., & Sviokla, J. J. (1995). Exploiting the Virtual Value Chain. Harvard Business Review, 73(6), 75.
- Pelsmacker, P.D., Maison, D., Geuens, M. (2002). Emotional and Rational Advertising Messages in Positive and Negative Polish Media Contexts Emotional. New Directions in International Advertising Research, 12: 114-128.
- Ross, P. (2016). Emoji Marketing is Growing Fast. Retrieved from: <http://www.socialbakers.com/blog/2510-emoji-marketing-isgrowing-fast> (21.07.2019)
- Ryan, D. (2014). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation. Kogan Page Publishers.
- Shayon,S. (2015). Snaps Emoji Keyboards Give Brands a Visual Voice. Retrieved from: <http://brandchannel.com/2015/04/16/snaps-emojis-041615/> (22.07.2019)
- Sheinin, D. A., Varki, S., & Ashley, C. (2011). The Differential Effect of Ad Novelty and Message Usefulness on Brand Judgments. Journal of Advertising, 40(3), 5-18.
- SwiftKey Emoji Report. (2015). Retrieved from: <https://tr.scribd.com/doc/262594751/SwiftKey-Emoji-Report> (27.07.2019)
- Tao, J. (2016). Emojis Are Now Used in 777% More Campaigns Than Last Year. Retrieved from: <https://blog.appboy.com/emojis-used-in-777-more-campaigns/> (21.07.2019)
- Tchokni S., Şeaghda O D., Quercia D. (2014). Emoticons and Phrases: Status Symbols in Social Media. Retrieved from:

<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8103>

(17.05.2019)

- Toksoy, H.İ. (2010). An Emerging Concept: Digital Strategies And I-Marketing, Master Thesis. İstanbul Technical University, Institute of Science and Technology, İstanbul. Retrieved from: <https://tez.yok.gov.tr/>
- Toksöz, L., & Kahraman, C. (2017). Türk Üniversite Öğrencilerinin Emoji Algısı. *Humanitas, International Journal of Social Sciences*, 5(9).
- Shanghani, (2014). How 2014 Became The Year of The Emoji, Retrieved from: <http://www.telegraph.co.uk/women/womenslife/11312346/Emoji-why-were-all-so-obsessed.html> (27.05.2019)
- Türk İnsanı Hangi Emojileri Kullanıyor? Retrieved from: http://www.fikrimuhim.com/Binary/Images/Upload/Report/DA_Emoji%20Arastirmasi.pdf. (30.07.2019)
- Vidal, L., Ares, G., & Jaeger, S. R. (2016). Use of Emoticon and Emoji in Tweets for Food-related Emotional Expression. *Food Quality and Preference*, 49, 119-128
- Wang, W., Zhao, Y., Qiu, L., & Zhu, Y. (2014). Effects of Emoticons on the Acceptance of Negative Feedback in Computer-Mediated Communication. *Journal of the Association for Information Systems*, 15(8), 454.
- Walther, J. B., & D'Addario, K. P. (2001). The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in Computer-Mediated Communication. *Social science computer review*, 19(3), 324-347.
- Weinreich, N. K., (2007), *What Is Social Marketing?*, Usa: Weinreich Communications.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Zhang, J., Han, S. W., & Chang, J. (2016). Emerging Trends In Social Media. Retrieved from: <http://www.ijctjournal.org/Volume3/Issue2/IJCT-V3I2P6.pdf> (31.07.2019)
- 2015 Emoji Report. Retrieved from: http://emogi.com/documents/Emoji_Report_2015.pdf (07.07.2019)
- 2016 Emoji Report. Retrieved from: https://cdn.emogi.com/docs/reports/2016_emoji_report.pdf (08.07.2019)

HEDEF MALİYET SİSTEMİNİN ÇELİK BORU İŞLETMESİNDE UYGULANMASI

Elif N. DEMİRCİOĞLU¹
İlgin ADIGÜZEL²

ÖZ

İşletmelerin günden güne artan yoğun rekabet karşısında faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve karlılıklarını arttırabilmeleri için, müşteri istek ve beklentilerini en iyi şekilde karşılamaları gerekmektedir. İşletmelerin, müşterilerin bu istek ve beklentilerini karşılarken maliyetlerini de kontrol altına almaları gerekmektedir. İşletmelerin müşteri beklentileri ile maliyet yönetimi arasındaki bu ilişkiyi doğru kurabilmek için hedef maliyet sistemini kullanmaları oldukça önemli olmaktadır. Zira bu sistem ile işletmelerin maliyetlerini azaltmaları mümkün olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, hedef maliyet sisteminin çelik boru sektöründe faaliyet gösteren bir üretim işletmesinde uygulanabilirliğini araştırmaktır. Bunun için araştırma yöntemi olarak çalışmanın amacına uygun olması ve detaylı analiz imkanı tanınması bakımından olay (vaka) çalışması tercih edilmiştir. Bu doğrultuda işletmede öncelikle tanımlayıcı olay çalışması yapılmış ve bu kapsamda işletmenin mevcut üretim ve muhasebe sistemleri incelenmiştir. Daha sonra keşifsel olay çalışması yapılarak hedef maliyet sistemi ile işletmenin maliyetlerinin ve karlılıklarının nasıl değişeceği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hedef Maliyet, Hedef Maliyet Sistemi, Geleneksel Maliyet Sistemleri

APPLICATION OF TARGET COSTING SYSTEM IN A STEEL PIPE COMPANY

ABSTRACT

In order to continue their activities and increase their profitability in intense competitive environment that is increasing day by day, companies need to meet their customer demands and expectations in the best way. Companies need to control their costs while satisfying these demands and expectations. Target costing system is important for companies in order to correctly understand this relationship between customer expectations and cost management. Because by using this system companies can decrease their costs. The aim of this study is to determine and examine the applicability of target costing system in a manufacturing company operating in steel pipe sector. As a research methodology, the case study has been preferred because it is suitable for the scope and aim of this study and allows for detailed analysis. In this perspective, first descriptive case study method was applied and by this way company's existing production and accounting systems were examined. Then exploratory case study was applied to explore the effect of target costing system on company's cost and profitability.

Keywords: Target Cost, Target Costing System, Traditional Cost Systems

Giriş

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, elunal@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9711-2081
² Yüksek Lisans Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi SBE, iadiguzel@deloitte.com, ORCID: 0000-0002-3918-5028

Received/Geliş:15/07/2019 Accepted/Kabul:02/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı:Demircioğlu, E. N., Adigüzel, I. (2019), "Hedef Maliyet Sisteminin Çelik Boru İşletmesinde Uygulanması", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.101-118.

Yoğun rekabet ortamında, modern üretim teknolojileri kullanarak üretim yapan işletmelerin, buna uygun olarak maliyet sistemlerini de değiştirme ihtiyacı oluşmaktadır (Altınbay, 2006, s.141). Zira geleneksel maliyet sistemleri ürün, teknoloji, müşteri, rekabet koşulları ve benzeri çevre şartları nedeniyle yetersiz kalabildiğinden çağdaş maliyet yönetimi tekniklerinin benimsenmesi gerekli olmaktadır (Savaş, 2003, s.183).

İşletmelerin rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri için, yüksek kalitede, düşük maliyetli ürünler üretmeleri ve çabuk bir şekilde müşterilere sunabilmeleri gerekmektedir (Demircioğlu, 2016, s.15). Bu noktada işletmelerin amaçladıkları karı elde etmeleri için çağdaş yönetim muhasebesi yöntemlerinden hedef maliyet sistemi oldukça büyük önem arz etmektedir (Kaya, 2010, s.314). Öyle ki bu sistem ile işletmeler, faaliyetlerin bir çoğunun, ürünün tasarım ve planlama aşamasında ortaya çıktığını ve bu yüzden de üretimin başlangıcında maliyet azaltımı gibi işlemlerin yapılması gerektiğini anlamışlardır (Schmelze ve Geier, 1996, s.26). Zira bu sistem maliyetlerin gerçekleştirildikten sonra değil, gerçekleşmeden ürünlerin tasarım aşamasında maliyetlerin yönetilmesini benimsemektedir (Çetin ve Atmaca, 2009, s. 325).

Hedef maliyet sistemi ilk olarak 1969 yılında bir Japon otomotiv firması olan Toyota Motormanufacturing tarafından uygulanmış ve geliştirilmiştir (Tanaka, 1993, s.4). Hedef maliyet sistemi ile işletmeler piyasalar tarafından belirlenen satış fiyatından elde etmek istedikleri kâr tutarını çıkarmak suretiyle, “*üretilen bu ürünün maliyeti nedir?*” sorusunun yerine, “*üretilen bu ürünün maliyeti ne olmalı?*” sorusuna yanıt verebilmektedir (Koşan ve Geçgin, 2011, s.54). Geleneksel maliyetleme yönteminde, araştırma-geliştirme ve tasarım aşamasından sonra ürünün maliyeti belli olurken, hedef maliyet sisteminde, araştırma-geliştirme ve tasarım aşamasında ürünün maliyeti belli olmaktadır (Bozdemir ve Orhan, 2011, s.163). Özetle hedef maliyet sistemi; yeni ürünler için doğrudan tasarlama ve planlama faaliyetlerinde uygulanmak üzere ve zincirleme safhalar boyunca ürünlerin kârlılık oranları hedeflerini elde etmesini sağlayan bir teknik olarak açıklanabilir (Erdoğan ve Saban, 2010, s.558). Hedef maliyet sisteminin, ürünü tasarlama ve geliştirme, üretim sürecini planlama, mevcut üretilen ürünlerin maliyetini düşürme ve endirekt bölümlerde verimliliği artırma gibi kullanım alanları ve faydaları vardır (Kaya, 2010, s.316).

Hedef maliyet kavramı olarak, üretimi yapılacak ürün için planlanan kâr oranının elde edilmesini sağlayacak uygun maliyet oranıdır (Civelek ve Özkan, 2006, s.638). Bir başka tanıma göre hedef maliyet, hedeflenen pazar payını elde etmek için kullanılan ve satış fiyatına göre hesaplanan pazara dayalı maliyet olarak da ifade edilebilir (Yükçü, 1999, s.924-925). Özetle hedef maliyet şu şekilde hesaplanmaktadır (Doğan, 1998,s.200);

$$\text{Hedef Maliyet} = \text{Hedef Satış Fiyatı} - \text{Hedef Kar}$$

Japon bilim insanı Tanaka'nın yöntemine dayanan hedef maliyet sistemi uygulama aşamaları 209 adet Japon işletmesinin katılımıyla yapılan deneysel araştırmanın sonucunda beş basamaklı bir model olarak geliştirilmiş, daha sonra bu model, Alman bilim insanları Peter Horvath ve Werner Seidenschwarz tarafından sekiz basamaklı bir model haline getirilmiştir. Bu aşamalar şunlardır (Karahana, 2018, s.368; Alagöz, 2006, s.69-70; Ceran, 2002, s. 106-107; Türk, 1999, s. 204):

- Ürün fonksiyonlarının belirlenmesi,
- Ürün fonksiyonlarının önem derecelerinin belirlenmesi,
- Ürünü oluşturan parçaların belirlenmesi,

- Ürün parçalarının maliyetlerinin tahmin edilmesi,
- Ürün parçalarının önem derecelerinin belirlenmesi,
- Ürün parçalarının hedef maliyet endeksinin oluşturulması,
- Hedef maliyet endeksinin optimize edilmesi
- Diğer maliyet düşürmelerin yapılması,

Bu çalışmanın amacı, hedef maliyet sisteminin çelik boru işletmesinde uygulanabilirliğini ve sonucunda işletmenin maliyetlerinin ve karlılığının nasıl değişeceğini araştırmaktır. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır;

- İşletmenin mevcut durumda hedef maliyet sistemini uygulayıp uygulamadığı?
- Uyguluyor ise herhangi bir avantaja veya dezavantaja sahip olup olmadığı?
- Uygulamıyor ise işletmenin, geleneksel maliyet sistemi yerine hedef maliyet sistemini uyguladığında maliyetlerinde ve karlılığında değişiklik olup olmadığı?

Araştırma yöntemi olarak örnek olay yöntemi seçilmiştir. Olay çalışması; “nasıl, niçin sorularının yöneltildiği, güncel konular ile ilgili olarak yapılan araştırmada araştırmacının olası olaylar karşısında kontrolünün çok az ya da hiç olmadığı araştırma” olarak tanımlanmaktadır (Yin, 1994, s.1). Olay çalışması, maliyet muhasebesi ve yönetim muhasebesi araştırmalarında alana dayalı çalışmaların bir türü olarak uygulanmaktadır (Tanış, 1997, s.184). Bu araştırmada, Adana’da çelik boru sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede olay çalışması ile işletmenin mevcut üretim ve maliyet sistemlerini incelemek üzere tanımlayıcı olay çalışması yapılmış, ardından hedef maliyet sistemi uygulandığında işletmenin maliyetlerinin ve karının nasıl değişeceğini göstermek üzere keşifsel olay çalışması gerçekleştirilmiştir. Olay çalışması yöntemi seçilmesinin nedeni hedef maliyet sistemi ile ilgili işletmede incelemenin ayrıntılı olarak yapılması gerekliliği ve diğer araştırma yöntemlerine göre daha spesifik ve derin bilgiler elde edilmesini sağlamasıdır. Öyleki, olay çalışması yöntemi; “nasıl”, “niçin” sorularına odaklanmakta ve cevap aramakta, konu ile ilgili ayrıntılı bir inceleme yapılabilmesini sağlamakta, çalışmada davranışsal olaylara karşı kontrol gerekliliği olmamaktadır (Baxter ve Jack, 2008, s.545). Bu araştırmada ilgili işletmenin 2019 yılı Mart ayı verileri analiz edilmiştir.

İşletmenin Mevcut Üretim ve Muhasebe Sistemi

Uygulamanın yapıldığı işletmenin adı bu araştırmada “KLM İşletmesi” olarak anılmıştır. Bu işletme çelik boru üretimi sektöründe faaliyet göstermekte olup doğal gaz, petrol, su, atık su, kazık, konstrüksiyon, ve özel amaçlı boruların üretimi ve dağıtımını yapmaktadır. KLM işletmesi, üretimini yaptığı bu ürünlerin yurt içinde ve yurt dışında satışını gerçekleştirmektedir. Bu işletme Adana’da sondaj üretimi hizmeti sağlayarak 1950’li yıllarda faaliyetine başlamıştır. 1987 yılında sondaj boruları üretimine, 1995 yılından sonra ise spiral kaynaklı çelik boru üretimine de başlanmıştır. İşletme, 2010 yılında üretim yerini 36.000 m²’lik alana taşımış ve üretim kapasitesini 80.000 tona ulaştırmıştır. İşletme faaliyet gösterdiği sektörün ihtiyaçlarını karşılamak ve kalite standartını sağlamak için “API Spec Q1”, “ISO 9001”, “ISO 14001”, “OHSAS 18001” gibi belgelere sahiptir. İşletmede mavi yaka çalışan sayısı 79 ve idari kadroda çalışan sayısı 30 olup, toplamda 109 kişi bulunmaktadır.

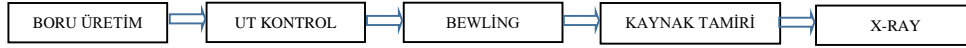
İşletmenin Mevcut Üretim Sistemi

KLM işletmesinin ürettiği ürünler spiral kaynaklı çelik borular, sondaj boruları ve kazık boruları olarak sınıflandırılmaktadır. Spiral kaynaklı çelik borular; su dağıtım hatlarında, petrol boru hatlarında, doğalgaz dağıtım hatlarında, temel kazıklarında, endüstriyel boru ağında, çelik yapılarda, basınçlı hava hatlarında, sondaj kuyularında, yüksek sıcaklıktaki suyun taşınmasında, tersane ve liman kazıklarında kullanılmaktadır. Sondaj boruları; filtreli sondaj boruları ve köprü tipi çelik borular olarak sınıflandırılmaktadır. Kazık boruları; iskelelerde kullanılan kazık boruları, dalgakıranlar ve rıhtım duvarları yapımında kullanılan kazık borularından oluşmaktadır. İşletme, faaliyetini gösterdiği tüm pazarlarda müşteri talebi doğrultusunda yani sipariş üzerine üretimini gerçekleştirmektedir.

İşletmede SAW 1, SAW 2 ve SAW 3 olmak üzere üç üretim hattı bulunmaktadır. Ancak araştırma yapılan dönemde (Mart 2019) gelen talebe göre SAW 2 ve SAW 3 üretim hattı çalıştırıldığı için araştırmada SAW 2 ve SAW 3 üretim hattı incelenmiştir. Bu çalışmada, SAW 2 üretim hattından çıkan ürün “K” ürünü olarak, SAW 3 üretim hattından çıkan ürün ise “L” ürünü olarak anılmıştır. SAW 2 üretim hattında üretilen K ürünün ve SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünün üretim süreci sırasıyla Şekil 1 ve Şekil 2’de gösterilmiştir.

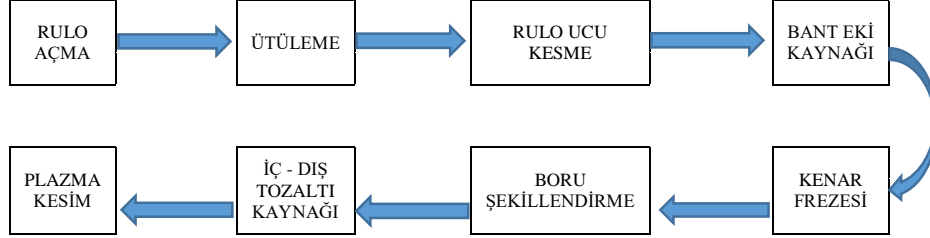


Şekil 1. SAW 2 Üretim Hattında K Ürünü Üretim Süreci



Şekil 2. SAW 3 Üretim Hattında L Ürünü Üretim Süreci

İşletmede Mart ayında, SAW 2 üretim hattında su borusu (K ürünü), SAW 3 üretim hattında ise doğalgaz borusu (L ürünü) üretilmiştir. Şekil 3’de ise işletmenin SAW 2 ve SAW 3 üretim hattında ortak olarak yer alan boru üretim süreci gösterilmiştir.



Şekil 3. Boru Üretim Süreci

İşletmenin Mevcut Muhasebe Sistemi ve Maliyet Verilerinin Belirlenmesi

İşletme geleneksel maliyet sistemini kullanmakta olup, üretimin teknik özelliğine göre hem sipariş maliyet sistemini hem de safha maliyet sistemini kullanmaktadır. Vergi Usul Kanunu kapsamında ise fiili ortalama maliyet yöntemi kullanılmaktadır. 2019 Mart ayına ait üretim maliyet bilgileri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. İşletmenin Mart Ayı Üretim Maliyetleri

MALİYET TÜRLERİ	TUTAR (TL)	MALİYET TÜRLERİ	TUTAR (TL)
Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri Toplamı	5.268.498,00	Bakım Onarım Gideri	9.363,00
Hammadde Giderleri	5.268.498,00	Yemek Gideri	17.460,00
Direkt İşçilik Giderleri Toplamı	182.964,00	Personel Servis Gideri	22.686,00
Normal Çalışma Ücreti	148.035,28	Sağlık Tedavi Ve Ulaşım Giderleri	1.490,00
Fazla Mesai Brüt Ücret Gideri	1.035,54	İş Güvenliği Ve İşyeri Hekimliği Hizmet Gideri	2.623,00
İşveren SGK Payları Gideri	31.317,33	Nakliye Gideri	830,00
İşsizlik İşveren Payları Gideri	2.575,85	Sertifikasyon Bedeli	12.452,00
Genel Üretim Giderleri Toplamı	572.498,00	Bireysel Emeklilik Giderleri	957,00
Amortisman	154.740,00	İş Makinaları Vinç Çalışma Bedeli	1.750,00
İşletme Sarf Malzemeleri	75.025,00	İş Makinesi Kira Gideri	7.245,00
Normal Ücretler Ve Diğer Giderler	202.468,00	Binek Otomobil Kira Gideri	1.845,00
Elektrik Gideri	55.180,00	Yangı -Deprem-Hırsızlık Sigorta Gideri	1.950,00
Akaryakıt Gideri	3.078,00	Makine Kırılması Sigorta Gideri	1.055,00
Lpg Gaz Ve Diğer Enerji Giderleri	61,00	Bilgi İşlem Malzeme Gideri	240,00
TOPLAM ÜRETİM MALİYETLERİ			6.023.960,00

İşletmenin 2019 Mart ayında; SAW 2 üretim hattında toplam 19 işçi ve SAW 3 üretim hattında ise toplam 16 işçi olmak üzere toplam 35 direkt işçi çalışmaktadır. Endirekt işçilik sayısı ise 44 olup, toplamda 79 işçi çalışmaktadır ve bu veriler Tablo 2’de

yer almaktadır. İşletmenin Mart ayında SAW 2 ve SAW 3 üretim hatlarındaki makine sayısı ise SAW 2 üretim hattında toplam 6 adet; SAW 3 üretim hattında ise toplam 8 adettir. Ancak SAW 3 bölümünde Hidrotest makinesi Mart ayında kullanılmadığı için 681 Çalışmayan Kısım Gider ve Zararları hesabına alınmış olup, hesaplamalarda 13 makine dikkate alınmıştır. Makine sayılarına ilişkin veriler ise Tablo 3'te açıklanmıştır.

Tablo 2. İşletmenin Üretim Birimlerinde Mart Ayı İşçi Sayıları

	ÜRETİM HATTI	ÜRETİM BİRİMİ	İŞÇİ SAYISI		ÜRETİM HATTI	ÜRETİM BİRİMİ	İŞÇİ SAYISI
Direkt İşçilik			35	Endirekt İşçilik			44
	SAW 2		19			Hammadde Depo	1
		Boru Üretim	10			Elektrik Bakım	2
		UT Kontrol	1			Üretim Formen	2
		Torna	1			Yükleme Sevkiyat	2
		Kaynak Tamiri	4			Mekanik Bakım	3
		Hidrotest	3			İşletme	5
	SAW 3		16			Sondaj	7
		Boru Üretim	5			Kaplama	10
		UT Kontrol	2			Kalite Kontrol	12
		Bewling	3				
		Kaynak Tamiri	5				
		X-Ray	1				
TOPLAM İŞÇİ SAYISI							79

Tablo 3. İşletmenin Üretim Birimlerindeki Mart Ayı Makine Sayıları

ÜRETİM HATTI	ÜRETİM BİRİMİ	MAKİNE SAYISI	ÜRETİM HATTI	ÜRETİM BİRİMİ	MAKİNE SAYISI
SAW 2		6	SAW 3		7
	Boru Üretim	1		Boru Üretim	1
	UT Kontrol	1		UT Kontrol	1
	Torna	1		Bewling	2
	Kaynak Tamiri	2		Kaynak Tamiri	2
	Hidrotest	1		X-Ray	1
TOPLAM MAKİNE SAYISI					13

İşletmenin üretim maliyet verileri ve gerekli veriler edinildikten sonra, direkt ilk madde ve malzeme maliyetlerinin, direkt işçilik maliyetlerinin ve genel üretim maliyetlerinin ne kadarının SAW 2 ve SAW 3 üretim hattına ve buradaki üretim birimlerine ait olduğu hesaplanmıştır.

Direkt İlk Madde ve Malzeme Maliyetlerinin Tespiti

KLM işletmesinin direkt ilk madde ve malzeme maliyetleri (DİMMM), Tablo 1’de görüldüğü gibi 5.268,498 TL’dir. DİMMM, SAW 2 ve SAW 3 üretim hatlarına işletmenin Mart ayındaki üretim miktarlarına göre dağıtılmıştır. Mart ayında işletme SAW 2 üretim hattında K ürününden 830 ton, SAW 3 üretim hattında L ürününden ise 1.232 ton olmak üzere toplamda 2.062 ton ürün üretmiştir. Bu doğrultuda ton başına DİMMM bulunarak, SAW 2 ve SAW 3 üretim hattına düşen DİMMM aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$\begin{aligned} \text{Ton Başına DİMMM} &= \text{DİMMM Toplamı} / \text{Toplam Üretim Miktarı} \\ 5.268.498 \text{ TL} / 2.062 \text{ ton} &= 2.555,04 \text{ TL/ton} \\ \text{SAW 2 Üretim Hattı için: } &2.555,043 \text{ TL} * 830 \text{ ton} = 2.120.685,42 \text{ TL} \\ \text{SAW 3 Üretim Hattı için: } &2.555,043 \text{ TL} * 1.232 \text{ ton} = 3.147.812,58 \text{ TL} \\ \text{TOPLAM} &= \mathbf{5.268.498 \text{ TL}} \end{aligned}$$

Daha sonra DİMMM, SAW 2 üretim hattında üretilen K ürünü ve SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünü için, üretim hattında yer alan her bir birime direkt işçilik saati baz alınarak dağıtılmıştır. İşletmede çalışan işçiler, haftada 5 gün, 2 vardiya ve vardiya başına 10 saat çalışmaktadır. Araştırma, işletmenin bir aylık verilerine göre hazırlandığı için 4 haftalık süre dikkate alınarak 2019 yılı Mart ayında, bir işçi için toplam direkt işçilik saati 200 (4 hafta*5 gün*10 saat) saattir. Tablo 2’de belirtilen her bir üretim biriminde çalışan işçi sayıları dikkate alınarak K ve L ürünleri için direkt ilk madde ve malzeme maliyetleri şu şekilde hesaplanmıştır.

SAW 2 üretim hattında üretilen K ürünü için:

Direkt İlk Madde ve Malzeme Maliyeti Toplamı(SAW 2 için)/Toplam Direkt İşçilik Saati
2.120.685,42 TL / (19 işçi*200 saat) = 558,08 TL/dış

$$\begin{aligned} \text{Boru Üretim: } &558,08 * (10 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 1.116.150,22 \text{ TL} \\ \text{UT kontrol: } &558,08 * (1 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 111.615,02 \text{ TL} \\ \text{Torna: } &558,08 * (1 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 111.615,02 \text{ TL} \\ \text{Kaynak Tamiri: } &558,08 * (4 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 446.460,09 \text{ TL} \\ \text{Hidrotest: } &558,08 * (3 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 334.845,07 \text{ TL} \\ \text{TOPLAM} &= \mathbf{2.120.685,42 \text{ TL}} \end{aligned}$$

SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünü için:

Direkt İlk Madde ve Malzeme Maliyeti Toplamı(SAW 3 için)/Toplam Direkt İşçilik Saati
3.147.812,58 TL / (16 işçi*200 saat) = 983,69 TL/dış

$$\begin{aligned} \text{Boru Üretim: } &983,69 * (5 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 983.691,43 \text{ TL} \\ \text{UT kontrol: } &983,69 * (2 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 393.476,57 \text{ TL} \\ \text{Bewling: } &983,69 * (3 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 590.214,86 \text{ TL} \\ \text{Kaynak Tamiri: } &983,69 * (5 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 983.691,43 \text{ TL} \\ \text{X-Ray: } &983,69 * (1 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 196.738,29 \text{ TL} \\ \text{TOPLAM} &= \mathbf{3.147.812,58 \text{ TL}} \end{aligned}$$

Direkt İşçilik Maliyetlerinin Tespiti

Tablo 1’de görüldüğü gibi direkt işçilik maliyetleri 182.964 TL’dir ve bu maliyetler direkt işçilik saatine göre dağıtılmıştır. Her bir üretim hattı için harcanan işçilik maliyetlerini bulmak için, öncelikle direkt işçilik saati başına düşen maliyet hesaplanmış, ardından SAW 2 ve SAW 3 üretim hatlarına düşen maliyet tespit edilmiştir.

Direkt İşçilik Saati Başına Maliyet=Topl.Direkt İşçilik Maliyeti/Topl.Direkt İşçilik Saati

$$182.964 \text{ TL} / (200 \text{ saat} * 35 \text{ işçi}) = 26,14 \text{ TL/dış}$$

$$\text{SAW 2 Üretim Hattı için: } 26,14 * (19 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 99.323,31 \text{ TL}$$

$$\text{SAW 3 Üretim Hattı için: } 26,14 * (16 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 83.640,69 \text{ TL}$$

$$\text{TOPLAM} = 182.964 \text{ TL}$$

Ardından bu maliyetler, K ve L ürünleri için üretim hattında yer alan her bir birime direkt işçilik saati baz alınarak dağıtılmıştır. Ancak SAW 2 ve SAW 3 üretim hattında toplam 35 işçi çalışmakta olup, kaç işçinin 1. vardiyada kaç işçinin 2. vardiyada çalıştığı net olarak bilinmediğinden toplam direkt işçi sayıları dikkate alınmıştır.

SAW 2 üretim hattında üretilen K ürünü için:

Direkt İşçilik Maliyetleri Toplamı(SAW 2 için) / Toplam Direkt İşçilik Saati

$$99.323,31 \text{ TL} / (19 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 26,14 \text{ TL/ dış}$$

$$\text{Boru Üretim: } 26,14 * (10 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 52.275,43 \text{ TL}$$

$$\text{UT kontrol: } 26,14 * (1 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 5.227,54 \text{ TL}$$

$$\text{Torna: } 26,14 * (1 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 5.227,54 \text{ TL}$$

$$\text{Kaynak Tamiri: } 26,14 * (4 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 20.910,17 \text{ TL}$$

$$\text{Hidrotest: } 26,14 * (3 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 15.682,63 \text{ TL}$$

$$\text{TOPLAM} = 99.323,31 \text{ TL}$$

SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünü için:

Direkt İşçilik Maliyetleri Toplamı(SAW 3 için) / Toplam Direkt İşçilik Saati

$$83.640,69 \text{ TL} / (16 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 26,14 \text{ TL/ dış}$$

$$\text{Boru Üretim: } 26,14 * (5 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 26.137,71 \text{ TL}$$

$$\text{UT kontrol: } 26,14 * (2 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 10.455,09 \text{ TL}$$

$$\text{Bewling: } 26,14 * (3 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 15.682,63 \text{ TL}$$

$$\text{Kaynak Tamiri: } 26,14 * (5 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 26.137,71 \text{ TL}$$

$$\text{X-Ray: } 26,14 * (1 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 5.227,55 \text{ TL}$$

$$\text{TOPLAM} = 83.640,69 \text{ TL}$$

Genel Üretim Maliyetlerinin Tespiti

KLM işletmesinin genel üretim maliyetlerinin dağılımı makine ile ilgili maliyetler ve diğer maliyetler olmak üzere iki grupta gerçekleştirilmiştir. Makine ilgili maliyetlerin dağılımında makine saati, diğer maliyetlerin dağılımında ise direkt işçilik saati kullanılmıştır.

Makine ile İlgili Maliyetlerin Tespiti

Tablo 1’de işletmenin genel üretim maliyetleri içerisinde, makine ilgili maliyetler; amortisman, bakım-onarım, iş makineleri vinç çalışma bedeli, iş makineleri kira gideri ve makine kırılması sigorta giderlerinden oluşmakta olup, bunların toplamı 174.153 TL’dir ve dağılımı makine saatine göre yapılmıştır. 13 adet makine haftada 5 gün, 2 vardiya ve

vardiya başına 8 saat çalışmaktadır. 2019 Mart ayı bir makinenin çalışma saati 320 (4 hafta*5 gün*8 saat*2 vardiya) saat olup, tüm makinelerin çalışma saati ise 4.160 (320 saat * 13 makine) saattir. Öncelikle makine saati başına makine maliyetleri tespit edilerek üretim hatlarına, ardından üretim hattına düşen maliyetler üretim birimlerine dağıtılmıştır.

Makine Saati Başına Makine Maliyetleri = Topl.Makine Maliyetleri /Topl.Makine Saati

$$174.153 \text{ TL} / 4.160 \text{ ms} = 41,86 \text{ TL/ms}$$

$$\text{SAW 2 Üretim Hattı için: } 41,86 * 6 \text{ makine} * 320 \text{ saat} = 80.378,3 \text{ TL}$$

$$\text{SAW 3 Üretim Hattı için: } 41,86 * 7 \text{ makine} * 320 \text{ saat} = \underline{93.774,7 \text{ TL}}$$

$$\text{TOPLAM} = \underline{174.153 \text{ TL}}$$

SAW 2 üretim hattında üretilen K ürünü için:

Toplam Makine Maliyetleri (SAW 2 için) / Toplam Makine Saati

$$80.378,3 \text{ TL} / (6 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 41,86 \text{ TL/ms}$$

$$\text{Boru Üretim: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 13.396,38 \text{ TL}$$

$$\text{UT Kontrol: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 13.396,38 \text{ TL}$$

$$\text{Torna: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 13.396,38 \text{ TL}$$

$$\text{Kaynak Tamiri: } 41,86 * (2 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 26.792,78 \text{ TL}$$

$$\text{Hidrotest: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = \underline{13.396,38 \text{ TL}}$$

$$\text{TOPLAM} = \underline{80.378,3 \text{ TL}}$$

SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünü için:

Toplam Makine Maliyetleri (SAW 3 için) / Toplam Makine Saati

$$93.774,7 \text{ TL} / (7 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 41,86 \text{ TL/ms}$$

$$\text{Boru Üretim: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 13.396,38 \text{ TL}$$

$$\text{UT Kontrol: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 13.396,38 \text{ TL}$$

$$\text{Bewling: } 41,86 * (2 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 26.792,78 \text{ TL}$$

$$\text{Kaynak Tamiri: } 41,86 * (2 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = 26.792,78 \text{ TL}$$

$$\text{X-Ray: } 41,86 * (1 \text{ makine} * 320 \text{ saat}) = \underline{13.396,38 \text{ TL}}$$

$$\text{TOPLAM} = \underline{93.774,7 \text{ TL}}$$

Diğer Maliyetlerin Tespiti

İşletmenin genel üretim maliyetlerinin makine ile ilgili maliyetlerin dışında kalan diğer maliyetler kısmı (572.498 – 174.153) 398.345 TL olup, dağılımı direkt işçilik saati maliyet taşıyıcısı ile yapılmıştır. Bu maliyetlerin üretim hatlarına ve birimlere dağılımı aşağıdaki gibidir.

Toplam Diğer Maliyetler / Toplam Direkt İşçilik Saati

$$398.345 \text{ TL} / (200 \text{ saat} * 35 \text{ işçi}) = 56,91 \text{ TL/dışs}$$

$$\text{SAW 2 Üretim Hattı için: } 56,91 \text{ TL} * (19 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 216.244,43 \text{ TL}$$

$$\text{SAW 3 Üretim Hattı için: } 56,91 \text{ TL} * (16 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = \underline{182.100,57 \text{ TL}}$$

$$\text{TOPLAM} = \underline{398.345 \text{ TL}}$$

SAW 2 üretim hattında üretilen K ürünü için:

Toplam Diğer Maliyetler (SAW 2 için) / Toplam Direkt İşçilik Saati

$$216.244,43 \text{ TL} / (19 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 56,91 \text{ TL/dışs}$$

$$\text{Boru Üretim: } 56,91 * (10 \text{ işçi} * 200 \text{ saat}) = 113.812,86 \text{ TL}$$

<u>UT Kontrol</u> ; 56,91 * (1 işçi * 200 saat)	= 11.381,29 TL
<u>Torna</u> ; 56,91 * (1 işçi * 200 saat)	= 11.381,29 TL
<u>Kaynak Tamiri</u> ; 56,91 * (4 işçi * 200 saat)	= 45.525,14 TL
<u>Hidrotest</u> ; 56,91 * (3 işçi * 200 saat)	= 34.143,85 TL
TOPLAM	= 216.244,43 TL

SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünü için:

Toplam Diğer Maliyetler (SAW 3 için) / Toplam Direkt İşçilik Saati

182.100,57_TL / (16 işçi * 200 saat) = 56,91 TL/dış

<u>Boru Üretim</u> ; 56,91 * (5 işçi * 200 saat)	= 56.906,43 TL
<u>UT kontrol</u> ; 56,91 * (2 işçi * 200 saat)	= 22.762,57 TL
<u>Bewling</u> ; 56,91 * (3 işçi * 200 saat)	= 34.143,85 TL
<u>Kaynak Tamiri</u> ; 56,91 * (5 işçi * 200 saat)	= 56.906,43 TL
<u>X-Ray</u> ; 56,91 * (1 işçi * 200 saat)	= 11.381,29 TL
TOPLAM	=182.100,57_TL

Toplam ve Birim Maliyetlerin Tespiti

Tablo 4'te ve Tablo 5'te bu analiz sonuçları özetlenerek, işletmenin sırasıyla K ve L ürünü için; toplam direkt ilk madde ve malzeme, direkt işçilik ve genel üretim maliyetlerinin dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 4.SAW 2 Üretim Hattında Üretilen K Ürününe Yüklenen Toplam Maliyetler

SAW 2 Üretim Hattında K Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Torna	Kaynak Tamiri	Hidrotest	TOPLAM
DİMM Gid.	1.116.150,22	111.615,02	111.615,02	446.460,09	334.845,07	2.120.685,42
DİŞ Gid.	52.275,43	5.227,54	5.227,54	20.910,17	15.682,63	99.323,31
GÜG Toplamı	127.209,24	24.777,67	24.777,67	72.317,92	47.540,23	296.622,73
Makine	13.396,38	13.396,38	13.396,38	26.792,78	13.396,38	80.378,3
Diğer	113.812,86	11.381,29	11.381,29	45.525,14	34.143,85	216.244,43
TOPLAM	1.295.634,89	141.620,23	141.620,23	539.688,18	398.067,93	2.516.631,46

Tablo 5.SAW 3 Üretim Hattında Üretilen L Ürününe Yüklenen Toplam Maliyetler

SAW 3 Üretim Hattında L Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Bewling	Kaynak Tamiri	X-Ray	TOPLAM
DİMM Gid.	983.691,43	393.476,57	590.214,86	983.691,43	196.738,29	3.147.812,58
DİŞ Gid.	26.137,71	10.455,09	15.682,63	26.137,71	5.227,54	83.640,69
GÜG Toplamı	70.302,81	36.158,95	60.936,63	83.699,21	24.777,67	275.875,27
Makine	13.396,38	13.396,38	26.792,78	26.792,78	13.396,38	93.774,7
Diğer	56.906,43	22.762,57	34.143,85	56.906,43	11.381,29	182.100,57
TOPLAM	1.080.131,95	440.090,61	666.834,12	1.093.528,35	226.743,51	3.507.328,54

İşletmenin SAW 2 ve SAW 3 üretim hatlarında üretilen K ve L ürünlerinin birim maliyetleri ise Tablo 6 ve Tablo 7'de aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

Tablo 6.K Ürünü Birim Maliyeti

K Ürünü	Maliyetler (TL)	Üretim Miktarı(Ton)	Birim Maliyetler (TL/Ton)
Boru Üretim	1.295.634,89	830	1.561,01
UT Kontrol	141.620,23	830	170,63
Torna	141.620,23	830	170,63
Kaynak Tamiri	539.688,18	830	650,23
Hidrotest	398.067,93	830	479,60
TOPLAM	2.516.631,46		3.032,09

Tablo 7. L Ürünü Birim Maliyeti

L Ürünü	Maliyetler (TL)	Üretim Miktarı(Ton)	Birim Maliyetler (TL/Ton)
Boru Üretim	1.080.131,95	1.232	876,73
UT Kontrol	440.090,61	1.232	357,22
Bewling	666.834,12	1.232	541,26
Kaynak Tamiri	1.093.528,35	1.232	887,60
X-Ray	226.743,51	1.232	184,05
TOPLAM	3.507.328,54		2.846,86

Görüldüğü gibi mevcut durumda işletmenin K ürünün birim maliyeti 3.032,09 TL, L ürünün birim maliyeti ise 2.846,86 TL'dir.

Hedef Maliyet Sistemi İle Verilerin Analizi

KLM işletmesinin mevcut fiyatlandırma yöntemi geleneksel maliyet artı fiyatlandırma yöntemi olup, bu çerçevede önce maliyetler belirlenip daha sonra kâr tutarı eklenerek fiyat belirlenmektedir. Bu doğrultuda işletmenin SAW 2 üretim hattında ürettiği K ürünü için satış fiyatı ve elde ettiği kâr marjı aşağıdaki gibidir.

Geleneksel Maliyet Sistemine göre K ürünü:

Satış Fiyatı = 3.960 TL/ton

Birim maliyeti = 3.032,09 TL/ton

İşletmenin Mevcut Kâr Marjı = % 23,43

Geleneksel maliyet yöntemine göre işletme Mart ayında K ürünü ton başına 3.032,09 TL maliyet ile 3.960 TL'ye satarak % 23,43 kâr marjı elde etmiştir.

Hedef maliyet sistemine göre, hedef satış fiyatı, işletmenin pazarlama bölümü yönetiminin tahmini beklentileri ile tespit edilmiştir. İşletme Mart ayında K ürünü ton başına 4.200 TL den satmak istemiş fakat işletmenin müşteriler ile yaptıkları görüşmeler ve analizler sonucunda müşterinin ödemeye razı olduğu fiyat 3.960 TL olarak tespit edilmiştir. Nitekim işletme Mart ayında bu fiyata satışını gerçekleştirmiştir. İşletmenin K ürünü için satmak istediği fiyat her ne kadar 4.200 TL olsa da, piyasada müşterinin ödemeye razı olduğu fiyat 3.960 TL olup, fiili satış fiyatı hedef satış fiyatı olarak dikkate alınmıştır. İşletme Mart ayında K ürününden %30 kâr elde etmeyi hedeflediğinden işletmenin K ürünü için hedef maliyeti aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

Hedef Maliyet Sistemine göre K ürünü:

Hedef Satış Fiyatı = 3.960 TL/ton

Hedef Kâr = 1.188 TL (3.960 TL * % 30)

Hedef Maliyet = Hedef Piyasa Fiyatı – Hedef Kâr

= 3.960 TL - 1.188 TL = 2.772 TL/ton

Mevcut durumda geleneksel yöntem ile K ürünü tonaj başına düşen birim maliyeti 3.032,09 TL iken, hedef maliyet sistemi ile tonaj başına düşen hedef birim maliyet 2.772

TL'dir. Dolayısıyla işletme K ürünü için maliyetleri ne şekilde azaltabileceğinin yollarını araştırmalıdır.

Geleneksel maliyet yöntemine göre işletmenin SAW 3 üretim hattında üretilen L ürünü için ise satış fiyatı ve elde ettiği kar marjı aşağıdaki gibidir.

Geleneksel Maliyet Sistemine göre L ürünü;

Satış Fiyatı = 3.500 TL/ton

Birim maliyeti = 2.846,86 TL/ton

İşletmenin Mevcut Kâr Marjı = % 18,66

Geleneksel maliyet yöntemine göre işletme Mart ayında L ürünü ton başına 2.846,86 TL maliyet ile 3.500 TL'ye satarak % 18,66 kar marjı elde etmiştir.

Hedef maliyet sistemine göre ise, işletme L ürünü her ne kadar 3.700 TL/ton hedef satış fiyatı ile satmak istemiş olsa da işletmenin müşteriler ile yaptıkları görüşmeler ve analizler sonucunda müşterinin ödemeye razı olduğu fiyat 3.500 TL/ton olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada L ürünü için 3.500 TL hedef satış fiyatı olarak dikkate alınmıştır. İşletme L ürününden %30 kâr elde etmeyi hedeflediğinden, işletmenin L ürünü için hedef maliyeti aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

Hedef Maliyet Yöntemine göre L ürünü;

Hedef Satış Fiyatı = 3.500 TL/ton

Hedef Kâr = 1.050 TL (3.500 TL * % 30)

Hedef Maliyet = Hedef Piyasa Fiyatı – Hedef Kâr

= 3.500 TL - 1.050 TL = 2.450 TL/ton

Mevcut durumda L ürünü tonaj başına düşen birim maliyeti 2.846,86 TL iken hedef maliyet sistemine göre tonaj başına düşen birim maliyet 2.450 TL dir. Aynı şekilde işletme L ürünü için de maliyetleri ne şekilde azaltabileceğinin yollarını araştırmalıdır.

Bu doğrultuda işletmenin K ve L ürünleri için ürün fonksiyonlarını belirleyip bunların müşteri için önemlilik dereceleri ile her bir üretim hattındaki üretim birimlerinin ürün fonksiyonlarıyla ilgili yüzdeleri dikkate alınarak önemlilik endeksi yüzdeleri hesaplanmıştır. Hesaplanan bu önemlilik endeksiyle onların maliyet yüzdeleri karşılaştırılmıştır ve böylece hedef maliyet endeksi oluşturulup hangi birimlerde maliyetlerini azaltması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ürün Fonksiyonlarının ve Önem Derecelerinin Belirlenmesi

İşletmenin satış ve üretim departmanlarından alınan ürün fonksiyonları ve bu fonksiyonların müşteri için önem derecesi Tablo 8'de gösterilmiştir. K ve L ürünlerinin fonksiyonları müşteriler için aynı önem derecesine sahiptir. Müşteri beklentileri işletmenin pazarlama bölümü yönetiminin yapmış olduğu analizler ile tespit edilmiştir.

Tablo 8. Ürün Fonksiyonları ve Müşteriler İçin Önem Derecesi

ÜRÜN FONKSİYONLARI	ÖNEM DERECESİ	YÜZDE (%)
Kalite	6	0,29
Yüksek Mukavemet	5	0,24
Kaynak kalitesi	4	0,19
Fiyat	3	0,14
Süreklilik ve Uzun Ömür	2	0,09
Basınç ve Darbelere Dayanım	1	0,05
TOPLAM	21	1,00

Ürün Fonksiyonlarının Üretim Birimlerindeki Etkisinin Belirlenmesi

Ürün fonksiyonlarının önemlilik derecesi dikkate alınarak, bu fonksiyonların her bir üretim hattındaki üretim birimleriyle ilgili yüzdeleri Tablo 9 ve Tablo 10'da gösterilmiştir. Bu yüzdeler işletmenin üretim bölümü yöneticilerinden temin edilmiştir.

Tablo 9. K Ürünü Fonksiyonlarının Üretim Birimlerindeki Etkisi

K Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Torna	Kaynak Tamiri	Hidrotest	TOPLAM
Kalite	0,35	0,10	0,10	0,20	0,25	1,00
Yüksek Mukavemet	0,35	0,10	0,10	0,20	0,25	1,00
Kaynak kalitesi	0,30	0,10	0,10	0,25	0,25	1,00
Fiyat	0,35	0,15	0,10	0,10	0,30	1,00
Süreklilik ve Uzun Ömür	0,25	0,10	0,15	0,25	0,25	1,00
Basınç ve Darbelere Dayanım	0,30	0,20	0,10	0,20	0,20	1,00

Tablo 10. L Ürünü Fonksiyonlarının Üretim Birimlerindeki Etkisi

L Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Bewling	Kaynak Tamiri	X-Ray	TOPLAM
Kalite	0,25	0,20	0,15	0,20	0,20	1,00
Yüksek Mukavemet	0,25	0,20	0,20	0,25	0,10	1,00
Kaynak kalitesi	0,30	0,20	0,10	0,20	0,20	1,00
Fiyat	0,25	0,25	0,20	0,20	0,10	1,00
Süreklilik ve Uzun Ömür	0,30	0,20	0,10	0,25	0,15	1,00
Basınç ve Darbeye Dayanım	0,30	0,25	0,10	0,10	0,25	1,00

Ürünlerin Üretim Birimleri Maliyetlerinin Belirlenmesi

K ve L ürünlerinin üretim birimlerinde oluşan maliyetleri ve her birinin toplam maliyet içindeki yüzdeleri aşağıda hesaplanmıştır. Bu doğrultuda; işletmenin K ürününün mevcut maliyetleri ve yüzde oranları Tablo 11'de; L ürününün mevcut maliyetleri ve yüzde oranları ise Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 11. K Ürünü Birim Maliyet Yüzdesi

K Ürünü	Birim Maliyetler (TL)	Yüzde(%)
Boru Üretim	1.561,01	0,51
UT Kontrol	170,63	0,06
Torna	170,63	0,06
Kaynak Tamiri	650,23	0,21
Hidrotest	479,60	0,16
TOPLAM	3.032,09	1,00

Tablo 12. L Ürünü Birim Maliyet Yüzdesi

L Ürünü	Birim Maliyetler (TL)	Yüzde(%)
Boru Üretim	876,73	0,31
UT Kontrol	357,22	0,13
Bewling	541,26	0,19
Kaynak Tamiri	887,60	0,31
X-Ray	184,05	0,06
TOPLAM	2.846,86	1,00

Ürünlerin Üretim Birimlerinin Önemlilik Endeksinin Belirlenmesi

Ürün fonksiyonlarının önem dereceleri ile bu fonksiyonların üretim birimlerindeki etkisi dikkate alınarak işletmenin K ürünü üretim birimlerinin önem endeksi Tablo 13'te, L ürünü üretim birimlerinin önem endeksi ise Tablo 14'te hesaplanmıştır. Önemlilik endeksi; Tablo 8'deki ürün fonksiyonları önem derecesi yüzdesinin; K ürünü için Tablo 9'daki ürün fonksiyonlarına ilişkin her bir üretim birimi yüzdesinin çarpılmasıyla, L ürünü için ise Tablo 10'daki ürün fonksiyonlarına ilişkin her bir üretim birimi yüzdesinin çarpılmasıyla tespit edilmiştir.

Tablo 13. K Ürünü Üretim Birimlerinin Önemlilik Endeksi

K Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Torna	Kaynak Tamiri	Hidrotest
Kalite	0,10	0,03	0,03	0,06	0,07
Yüksek Mukavemet	0,08	0,02	0,03	0,05	0,06
Kaynak kalitesi	0,06	0,02	0,02	0,05	0,05
Fiyat	0,05	0,02	0,01	0,01	0,04
Süreklilik ve Uzun Ömür	0,02	0,01	0,01	0,02	0,02
Basınç ve Darbelere Dayanım	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01
TOPLAM	0,33	0,11	0,11	0,20	0,25

Tablo 14. L Ürünü Üretim Birimlerinin Önemlilik Endeksi

L Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Bewling	Kaynak Tamiri	X-Ray
Kalite	0,07	0,06	0,04	0,06	0,06
Yüksek Mukavemet	0,06	0,05	0,04	0,06	0,02
Kaynak kalitesi	0,06	0,04	0,02	0,03	0,04
Fiyat	0,04	0,03	0,03	0,03	0,02
Süreklilik ve Uzun Ömür	0,03	0,02	0,01	0,02	0,01
Basınç ve Darbelere Dayanım	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
TOPLAM	0,27	0,21	0,15	0,21	0,16

Hedef Maliyet Endeksinin Oluşturulması ve Optimize Edilmesi

İşletmenin K ve L ürünleri üretim birimlerinin önemlilik endeksiyle, bu ürünlerin üretim birimlerindeki birim maliyetlerin yüzdeleri arasındaki ilişkiyi göstermek üzere hedef maliyet endeksi hesaplanmıştır. Hedef maliyet endeksi, önemlilik endeksinin, maliyetlerin yüzdesine bölünmesiyle bulunmuştur. Bir üretim biriminde hedef maliyet endeksi 1'in altında ise bu birime fazla yatırım yapıldığı ve maliyetlerin minimum seviyeye düşürülmesi gerektiği, hedef maliyet endeksi 1'in üstünde ise bu birimin fonksiyonel olarak geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir (Karahan, 2018, s.378).

K ürünü üretim birimleri için hedef maliyet endeksi Tablo 15'te gösterilmiştir. İşletmenin K ürünü üretim birimleri için hedef maliyet endeksi, Tablo 13'teki K ürününün her bir üretim birimi için hesaplanan toplam önemlilik endekslerinin, Tablo 11'deki her bir üretim birimine ait maliyet yüzdelere bölünmesi ile hesaplanmıştır. L ürünü üretim birimleri için hedef maliyet endeksi ise Tablo 14'teki L ürününün her bir üretim birimi için hesaplanan toplam önemlilik endekslerinin, Tablo 12'deki her bir üretim birimine ait maliyet yüzdelere bölünmesi ile hesaplanmıştır. L ürünü üretim birimleri için hedef maliyet endeksi ise Tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 15. K Ürünü Üretim Birimleri Hedef Maliyet Endeksi

K Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Torna	Kaynak Tamiri	Hidrotest
ÖNEMLİLİK ENDEKSİ(a)	0,33	0,11	0,11	0,20	0,25
MALİYETLERİN YÜZDESİ(b)	0,51	0,06	0,06	0,21	0,16
HEDEF MALİYET ENDEKSİ(a/b)	0,65	1,83	1,83	0,95	1,56

K ürünü için Tablo 15'te görüldüğü gibi, hedef maliyet endeksi boru üretim biriminde 0,65, kaynak tamiri biriminde ise 0,95 ile 1'in altında olup, işletmenin boru üretim ve kaynak tamiri birimine fazla yatırım yaptığı anlaşılmakta ve bu birimlerin maliyetlerinin azaltılması gerektiği sonucuna varılmaktadır. UT kontrol ve torna biriminde hedef maliyet endeksi 1,83, hidrotest biriminde ise 1,56 oranı ile 1'in üzerindedir. Buna göre, işletmenin ilgili üretim birimleri için faaliyetlerini geliştirmesi gerekmektedir.

Tablo 16. L Ürünü Üretim Birimleri Hedef Maliyet Endeksi

L Ürünü	Boru Üretim	UT Kontrol	Bewling	Kaynak Tamiri	X-Ray
ÖNEMLİLİK ENDEKSİ(a)	0,27	0,21	0,15	0,21	0,16
MALİYETLERİN YÜZDESİ(b)	0,31	0,13	0,19	0,31	0,06
HEDEF MALİYET ENDEKSİ(a/b)	0,87	1,62	0,79	0,68	2,67

L ürünü için Tablo 16'da görüldüğü üzere, hedef maliyet endeksi boru üretim biriminde 0,87, bewling biriminde 0,79 ve kaynak tamiri biriminde ise 0,68 oranları ile 1'in altındadır. Bu doğrultuda, işletmenin bu üretim birimlerine fazla yatırım yaptığı anlaşılmakta ve bu birimlere ilişkin maliyetlerinin azaltılması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Hedef maliyet endeksi UT kontrol biriminde 1,62, X-Ray biriminde ise 2,67 oranları ile 1'in üzerindedir. Buna göre, işletmenin ilgili üretim birimleri için faaliyetlerini geliştirmesi gerekmektedir.

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu çalışmada, hedef maliyet sisteminin çelik boru sektöründe faaliyet gösteren KLM işletmesinde uygulanabilirliği ve kara etkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda yapılan analiz ile elde edilen sonuçlara göre araştırma soruları ve yanıtları aşağıdaki gibidir;

- İşletmenin mevcut durumda hedef maliyet sistemini uygulayıp uygulamadığı?
İşletmede geleneksel maliyetleme yöntemi (maliyet artı fiyatlama yöntemi) kullanıldığı ve daha önce hedef maliyet sistemi ile ilgili herhangi bir çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir.
- Uyguluyor ise herhangi bir avantaja veya dezavantaja sahip olup olmadığı?
İşletmede mevcut durumda hedef maliyet sistemi kullanılmadığından, hedef maliyet sistemi ile ilgili oluşabilecek avantaj ve dezavantajlar sözkonusu olamamaktadır.
- Uygulamıyor ise işletmenin, geleneksel maliyet sistemi yerine hedef maliyet sistemini uyguladığında maliyetlerinde ve karlılığında değişiklik olup olmadığı?
İşletme, 2019 Mart ayı verilerine göre SAW 2 üretim hattında ürettiği K ürünü için geleneksel maliyet artı fiyatlama yöntemi ile birim maliyeti 3.032,09 TL/ton, satış fiyatı 3.960 TL/ton ve sonuç olarak tonaj başına 927,91 TL kar ile %23,43 kâr marjına sahiptir. Hedef maliyet sistemi ile K ürününe ilişkin hedef satış fiyatı 3.960 TL/ton,

hedef kâr tutarı 1.188 TL/ton (3.960 TL *hedef kar marjı % 30) olup, işletmenin K ürünü için hedef maliyeti 2.772 TL/ton olarak tespit edilmiştir. Bu doğrultuda işletmenin K ürünü için mevcut birim maliyeti, hedef maliyetin üzerinde olup, işletmenin hedef maliyete ve hedeflediği kar marjına ulaşabilmesi için bazı girişimlerde bulunması gereklidir. Bu doğrultuda, yapılan analizler ile K ürününün hangi üretim birimlerinde maliyetlerinin düşürülmesi gerektiği tespit edilmiştir. İşletmeye SAW 2 üretim hattındaki K ürünü için maliyetleri azaltmak üzere değer mühendisliği yöntemi önerilebilir.

Aynı şekilde işletme L ürünü için mevcut geleneksel maliyet artı fiyatlama yöntemi ile birim maliyeti 2.846,86 TL/ton, satış fiyatı 3.500 TL/ton ve sonuçta tonaj başına 653,14 TL kar ile % 18,66 kâr marjına sahiptir. Hedef maliyet sistemi ile L ürününe ilişkin hedef satış fiyatı 3.500 TL/ton, hedef kâr tutarı 1.050 TL/ton (3.500 TL * hedef kar marjı % 30) olup, işletmenin L ürünü için hedef maliyeti 2.450 TL/ton olarak tespit edilmiştir. Bu doğrultuda işletmenin L ürünü için mevcut birim maliyeti, hedef maliyetin üzerinde olup, işletmenin hedef maliyete ve hedef kar marjına ulaşabilmesi için bazı girişimlerde bulunması gereklidir. Bu doğrultuda, yapılan analizler ile L ürününün hangi üretim birimlerinde maliyetlerinin düşürülmesi gerektiği tespit edilmiştir. Aynı şekilde L ürünü için de maliyetleri düşürmek üzere değer mühendisliği yöntemi önerilebilir.

Özetle bu çalışmada öncelikle çelik boru üretim işletmesi olan KLM işletmesinin SAW 2 ve SAW 3 adlı her iki üretim hattında ürettiği K ve L ürünleri için geleneksel yöntemle göre mevcut birim maliyetler hesaplanmıştır. Ardından işletmenin hedef maliyet sistemini kullandığı düşünüldüğünde K ve L ürünleri için katlanılması gereken hedef maliyetler hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar sonucunda, işletmenin K ve L ürünleri için mevcut maliyetlerinin hedef maliyetin üzerinde olduğu saptanmış ve bu doğrultuda işletmenin hedef maliyete ulaşmak için K ve L ürünlerinin maliyetlerini düşürmeye çalışması gerektiği sonucuna varılmıştır. Hedef maliyet sisteminin uygulama aşamalarından yararlanarak hedef maliyet endeksi oluşturulmuş ve K ve L ürünlerinin her bir üretim birimi için maliyetler belirlenip, hangi üretim biriminde maliyetlerinin düşürülmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada, dünyada ve Türkiye’de yaşanan değişimler sonucu maliyet ve yönetim muhasebesi kapsamında geliştirilen çağdaş maliyet sistemlerinden hedef maliyet sisteminin Adana’da çelik boru sektöründe faaliyet gösteren KLM işletmesinde uygulanabilirliği araştırılmıştır. Araştırma yöntemi olarak işletme hakkında daha detaylı bilgiler elde edebilmek ve maliyet analizleri yapabilmek için olay çalışması yöntemi tercih edilmiştir. Öncelikle işletmenin mevcut üretim ve maliyet sistemleri tanımlayıcı olay çalışması ile anlatılmış ve daha sonra keşifsel olay çalışması ile işletmenin hedef maliyet sistemini kullandığı düşünüldüğünde maliyetlerinin ve karlılığının nasıl değişeceği açıklanmıştır. Yapılan araştırma ile işletmenin geleneksel maliyet artı fiyatlama yöntemini kullanmakta olduğu, hedef maliyet sistemi ile ilgili herhangi bir çalışma yapmadığı, incelenen ürünlerin mevcut birim maliyetlerinin hedef maliyetin üzerinde olduğu, bu doğrultuda yapılan analizler ile ürünlerin hangi üretim birimlerinde maliyetlerinin düşürülmesi gerektiği tespit edilmiştir. Özetle, genel olarak işletmeye

hedef maliyet sistemini kullanması önerilebilir zira işletmenin bu sistem ile müşteri beklentilerini de dikkate alarak maliyetlerini düşürebilmesi ve bu sayede karlılıklarında artış sağlayabilmesi mümkündür. Araştırmanın başlıca kısıtı uygulama yapılacak işletmenin bulunması güçlüğü ve sonrasında işletmeden alınan maliyet verilerinin gizliliğinin önemli olması sebebiyle işletmenin isminin gizli tutulmasıdır. Bu çalışma, bu sektörde bu konu ile ilgili çalışmaya rastlanmamış olması sebebiyle literatüre önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Ayrıca bundan sonra yapılacak araştırmalar için kılavuz görevi görecektir ve referans olacaktır. Zira sonuçlar her ne kadar KLM işletmesine özel olsa da, diğer işletmeler ve dolayısıyla diğer araştırmalar için temel oluşturabilmektedir. Çalışma tek bir işletmede gerçekleştirilmiş olup, bundan sonraki çalışmalarda uygulamanın gerçekleştirileceği işletme sayısının artırılması ile sonuçlar karşılaştırılabilir. Bunun yanında farklı yöntemler kullanılarak araştırma yapılabileceği gibi, başka sektörler için de araştırmalar yapılabilir.

Kaynaklar

- Alagöz, A. (2006).Stratejik Maliyet ve Kar Planlama Aracı Olarak Hedef Maliyet Yönetimi (Target Cost Management), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 61-83.
- Altınbay, A. (2006). Etkin Bir Maliyet Yönetimi Olarak Hedef Maliyetleme Sistemi ve TMMT Uygulaması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 141-164.
- Baxter, P. ve Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers, *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559.
- Bozdemir, E. ve Orhan, S. (2011). Maliyet Kontrol Aracı Olarak Hedef Maliyetleme Yönteminin Türk Otomotiv Sanayinde Uygulanabilirlik Düzeyinin İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2). 163-179.
- Ceran, Y. (2002). Stratejik Maliyet Yönetimi Enstrümanı Olarak Pazara Dayalı Hedef Maliyet Yönetimi-PDHMY, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 91-119.
- Civelek, M. ve Özkan, A. (2006). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çetin, A. ve Atmaca, M. (2009). Hedef ve Standart Maliyet Sistemleri'nin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, XXVI(1), 313-329.
- Demircioğlu, E.N. (2016). *Yönetim Muhasebesinde Çağdaş Yaklaşımlar*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Doğan, Z. (1998). Maliyet Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım: Hedef Maliyetleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1-2). 197-208.
- Erdoğan, N. ve Saban, M. (2010). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karahan, M. (2018). Hedef Maliyetleme: Halı İşletmesinde Bir Uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 65.
- Kaya, G.A. (2010). Hedef Maliyetleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1). 313-332.
- Koşan, L. ve Geçgin, E. (2011). Müşteri Beklentisi ve Maliyet Yönetimi Hedef Maliyet Sistemi ve Örnek Bir Uygulama. *Mali Çözüm Dergisi*. 53-67.

- Savaş, O. (2003). Hedef Maliyet Yönetim Sistemini Etkileyen Faktörler Üzerine Türk Hazır Giyim Sektöründe Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20.
- Schmelze, G. ve Geier, R. (1996). Target Costing at ITT Automotive, *Management Accounting*, December, 26.
- Tanaka, T. (1993). Target Costing At Toyota. *Journal of Cost Management, Spring*. 4-11.
- Tanış, V.N. (1997). Theoretical Background of Some Research Methods Applicable in Cost Accounting. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12(2), 184-196.
- Türk, Z. (1999). Geleceğin Maliyetlerinin Kontrolünde Yeni Bir Yaklaşım: Hedef ve Kaizen Maliyetleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(1), 199-214.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods, Second Edition*, Sage Publications, USA.
- Yükçü, S. (1999). *Yönetim Açısından Maliyet Muhasebesi*. İzmir: Altın Nokta.

THE COPING STRATEGIES APPLIED TOWARDS THE UNDESIRABLE BEHAVIORS OF EFL LEARNERS

Simay AKKAR¹

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the strategies that EFL instructors apply to cope with undesirable behaviors of language learners at the tertiary level. The study was conducted with 20 EFL instructors working in the preparatory school at a university in 2017-2018 academic years. The data was gathered through a survey including 10 open-ended questions. Content analysis technique was used to assess the data. The results of the study reveal that EFL instructors apply 12 coping strategies towards the undesirable behaviors of language learners at tertiary level. The instructors use body language, verbal and facial expressions to warn their students. In addition, keeping silent, asking a question, finding out the reason of the undesirable behavior and the needs of the disruptive students, raising awareness, increasing motivation, talking in person, attracting attention, and ignoring the undesirable behavior are the other coping strategies.

Keywords: Undesirable Behaviors, Coping Strategies, Tertiary Level

İNGİLİZCEYİ YABANCI DİL OLARAK ÖĞRENEN ÖĞRENCİLERİN İSTENMEYEN DAVRANIŞLARINA YÖNELİK KULLANILAN YÖNTEMLER

ÖZ

Bu çalışmanın amacı İngilizce okutmanlarının, İngilizceyi yabancı dil olarak öğrenen yüksek öğrenim seviyesindeki öğrencilerin istenmeyen davranışlarıyla baş etmek için kullandıkları stratejileri tespit etmektir. Çalışma 2017-2018 akademik yılları arasında, bir üniversitenin hazırlık okulunda görev yapan 20 İngilizce öğretim görevlisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bulgular, 10 adet açık uçlu sorudan oluşan bir anket ile toplanmıştır. Verinin değerlendirilmesinde içerik analiz tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, İngilizceyi yabancı dil olarak öğrenen öğrencilerin istenmeyen davranışlarına yönelik kullanılan 12 adet stratejiye ulaşılmıştır. Öğretim görevlileri sözlü anlatım ile ya da yüz ifadelerini ve vücut dilini kullanarak öğrencilerini uyarmaktadır. Ayrıca, sessiz kalmak, soru sormak, istenmeyen davranışın nedenini araştırmak, istenmeyen davranış sergileyen öğrencilerin ihtiyaçlarını ortaya çıkarmak, farkındalıklarını arttırmak, teşvik etmek, yüz yüze konuşmak, dikkatlerini çekmek ve davranışı görmemezlikten gelmek istenmeyen davranışlarla baş etmek için kullanılan diğer stratejilerdir.

Anahtar Kelimeler: İstenmeyen Davranışlar, Başa Çıkma Yöntemi, Yüksek Öğrenim Seviyesi

Introduction

Morin (2013) stated that if a behavior causes a problem in classroom and hinders the student's academic progress, it is called as misbehavior. Such behaviors create a chaotic classroom environment for the instructor who tries to maintain learners' motivation, attention and interaction. In addition, these behaviors diminish the instructor's

¹ Öğr. Görevlisi, Çağ Üniversitesi, Yabancı Diller Bölümü, simay_akkar@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7063-7352

Received/Geliş: 11/03/2019 Accepted/Kabul:17/07/2019, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı:Akkar, S. (2019), "The Coping Strategies Applied towards the Undesirable Behaviors of EFL Learners", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.119-133.

professional satisfaction and desire to teach. Most instructors evaluate undesirable behaviors as a danger for education. Therefore, instructors feel necessity to apply some strategies to avoid the behaviors reaching an intolerable level and causing a long-term negative impact on classroom atmosphere. However, as Kuhlenschmidt and Layne (1999) stated there are the steps that instructors should follow before applying a strategy. Clarifying the problem, finding out possible reasons and describing the context in which the undesirable behavior occurs are the first items that should be considered. After these factors are clearly identified, instructors should analyze their emotional and behavioral response to that behavior. Finally, they should observe the effect of the strategy on students' learning process and psychology. If there is a negative effect, instructors should revise the strategy.

There are many studies written on coping strategies in educational and social science. Most of them were conducted on coping strategies used to deal with misbehaviors originating from classroom management. The first factor encouraging the researcher to study on this topic was there are a few studies in ELT written on coping strategies. As a second factor, most of the studies in relevant literature were carried out with primary, secondary or pre-service teachers. The coping strategies of these teachers were compared in terms of gender, academic seniority, the level of the classroom being taught and the kind of the school being worked. These studies mostly aimed to find out whether there are significant differences. Moreover, the participants of such kind of studies were generally primary, secondary and pre-school learners. The aim of this study is to designate the coping strategies applied by English instructors to cope with undesirable behaviors of language learners at the tertiary level.

Significance of the Study

This study will be a guide especially to novice and pre-service teachers because they have lack of real teaching experiences. They will not have to waste time to figure out the reasonable strategies thanks to this study. The rapport between the teacher and the students will not be broken down because of wrong coping strategies. Moreover, the experienced instructors will get a chance to evaluate their own strategies and compare them with the ones of their colleagues. On the other hand, disruptive students will not lose their desire to learn English because instructors will be more conscious about their expectations, needs and problems. Therefore, they will give right reactions to overcome the undesired behavior and attract the students' attention to the lesson again. Meanwhile, it will be prevented that disruptive students become wrong role model and affect their classmates in a negative way.

Research Question

The aim of the study is to find out the answer of the following question;

1. What are the strategies that EFL instructors apply to cope with undesirable behaviors of EFL learners at the tertiary level?

Literature Review

Undesirable Behaviors and Coping Strategies

Altrok (2013) explained the behaviors which include disrespect, immorality, violence and objection to the authority and also cause to waste time are called as undesirable

behaviors. As mentioned in the study of Sadık and Doğanay (2007), disturbing classmates, damaging school property, aggression towards classmates, not studying regularly, not doing homework, defiance towards the teacher and not being interested in lesson are the common undesirable behaviors designated by the students, their mothers and teachers.

All instructors feel necessity to apply some coping strategies to be able to reduce or overcome the present undesirable behavior and also avoid others (Taylor&Stanton, 2007). Coping strategies are the specific efforts which are both behavioral and psychological. (Taylor, Pham, Rivkin & Armor, 1998). English instructors use some coping strategies when they observe undesired behaviors. However, they should be more sensible and thoughtful before applying a coping strategy. Language is not a course that can be learned in a traditional and isolated way. Interaction, participation, creativity, sense of responsibility, cooperation and reflective thinking are the qualities that an EFL learner should have to be able to improve in English. Some strategies may interrupt the rapport and interaction between the student and the teacher. Wrong strategies may also make students introvert and reluctant towards learning English. The instructors may unconsciously cause loss of confidence if their coping strategies are not appropriate to the students' age and personality. Hence, English instructors should choose their coping strategies very carefully not to decrease learners' motivation for active learning. There are some positive strategies as stated in the study of Pala (2005). They are gaining self-confidence and achieving academic success. It is also believed that when the disruptive students are encouraged and appreciated, undesired behaviors disappear. Because of this reason, the teachers in the study written by Teyfur (2015) mostly prefer two positive strategies. They are taking care during break time and using expressions indicating that the disruptive student is precious among other students. The strategies are also similar in the study conducted by Güleç and Alkış (2004). Promoting the disruptive students to participate in the lesson and using various materials to attract their attention are applied by most of the participant teachers. As it is understood from the studies, the instructors should deal with undesirable behaviors through effective guidance, positive feedback and supportive attitudes. These strategies not only provide the students to give up such behaviors but also make them autonomous learners and critical thinkers.

The Studies Conducted on Coping Strategies

Özben (2010) investigated whether there are significant differences between students' misbehaviors and teachers' coping strategies in terms of teachers' gender and their teaching years. It was discovered although there are significant differences in students' misbehaviors, both female and male teachers mostly apply the same strategies. Eye contact, contacting the counsellor or the principal, verbal warning and talking to the student are the coping strategies who have the highest percentages in the list. Moreover, these strategies are used by most of the participant teachers regardless of their teaching years. Yılmaz and Şahinkaya (2010) determined the coping methods pointed out by primary school teachers. They were designated as listening to the student and communicating clearly warning through eye contact, giving advice, searching the reasons of the problem to solve. Marciniak (2015) revealed the effective ways applied to deal with discipline problems of adolescent learners. The strategies were

reprimanding the disruptive learner out of classroom or in front of their class mates, talking to the disruptive learner in person, applying nonverbal techniques, reinforcing the correct and desirable behavior through praise or positive feedback, giving punishment like additional homework or staying in classroom after lessons to practice English, changing the seat of disruptive student, cooperation with parents, the headmaster and the other teachers. According to the findings of the study conducted by Merç and Subaşı (2015), some of the strategies carried out by pre-service EFL teachers were ignoring the problematic behavior, verbal warning, using body language, rewarding, keeping silent, changing seat, showing individual interest to the problematic students, punishing, repeating the instruction, passing other activities quickly, providing individual help, giving the activity as homework and giving the answers directly.

Methodology

Research Design

The purpose of the study is to find out the strategies that EFL instructors apply to cope with undesirable behaviors of language learners at the tertiary level. Regarding to the aim of the study, descriptive research was thought as the most appropriate research type for this study. According to Key (1997), descriptive research is a study designed to reveal opinions and attitudes of the participants with regards to a given subject in an accurate way.

Participants

The study was conducted with 20 EFL instructors working in the preparatory school at a university in 2017-2018 academic years. Participant instructors were randomly selected among the voluntary instructors without taking any variables into consideration such as age, teaching experience, educational background or gender. 11 female and 9 male participants took part in the study. There are 6 instructors who have 4-6 years of teaching experience. Also, 4 instructors with 7-9 years of experience participated in the study. The number of the most and the least experienced instructors is equal. There are 6 participants whose degree is B.A. The degree of 10 participants is M.A. whereas 4 participants have a Ph.D. In addition, 5 of the participants are native English speakers.

Data Collection

Qualitative data was gathered through a survey comprising open-ended questions. The purpose of using survey as the data collection tool was finding out the coping strategies of English instructors towards the undesired behaviors of EFL learners at tertiary level. The researcher firstly looked into the studies conducted on undesirable behaviors in literature. The open-ended questions were developed later with an experienced researcher. The survey consisted of two sections (see Appendix 1). The first section was to determine the features of the participants such as gender, educational background and nationality. There were 10 open-ended questions in the second section. The section aimed to identify coping strategies of the participant instructors. The undesirable behaviors taking part in the survey were clarified to the participants in detail by the researcher. They were requested to write their coping strategies with clear explanations. All surveys were submitted to the researcher in three days.

Data Analysis

Content analysis technique was applied for the data collected through open-ended survey questions. The data was gone through several times from the beginning to the end in order to be familiar. Then the researcher came up with common themes mentioned in the data to describe the coping strategies. After grouping these strategies by combining similar headings into broader categories, open coding was used to make the data clearer and more comprehensible.

Statistical Package for Social Sciences (SPSS) was used to present the frequencies and percentages of coping strategies in tables. Cronbach's alpha was used to test the internal consistency of the open-ended questions in the questionnaire. The reliability was calculated to be 0.977. The researcher also discussed the findings with an experienced researcher in ELT to be able to provide further reliability.

Findings of the Study

The open-ended questionnaire involving 10 undesirable behaviors was created by looking through the relevant literature with an experienced researcher. The aim of the questionnaire was to find out the strategies that English instructors apply to cope with the undesirable behaviors which they encounter in their language classes. The responses were analyzed and the researcher came up with 12 coping strategies. A table was drawn for each undesirable behavior according to the order in the questionnaire. The strategies used to deal with that undesired behavior were displayed in the related table with their frequencies and percentages.

Table 1. Using Mobile Phone

Strategies	f	%
Warning	11	55
Facial expression	4	20
Ignore	5	25
Total	20	100

The first question is about which strategy the instructors apply when they observe their students using their mobile phones in the lesson. 3 strategies are designated to overcome this undesirable behavior. Out of 20 participants, 11 participants (%55.0) apply warning strategy when they notice their students using their mobile phones. They warn either reminding the classroom rules or directly saying to put their mobile phones away. One participant used this expression:

I always point out the prohibition of using mobile phone during the lesson mentioned at the beginning of the semester because this gadget distracts their attention.

In addition, 4 participants (%20.0) prefer to use facial expressions to provide them to leave their mobile phones. The following quote from a teacher illustrates this point:

Gestures and eye contact are enough to make them feel that their behavior is annoying for me.

5 of the participants (%25.0) expressed that this undesirable behavior may be ignored. The following view is related to the issue:

I pretend not to notice that. Maybe the student needs a break or has a personal reason. I can tolerate unless he regularly use the mobile phone.

Table 2. Talking to each other

Strategies	f	%
Keeping silent	3	15
Body language	5	25
Asking question	7	35
Ignore	5	25
Total	20	100

It was found out 4 different strategies applied to stop students' irrelevant talking. One of them is keeping silent applied by 3 participants (%15.0). Regarding this issue, one participant expressed:

They may not be aware of their volume. I stop talking or whatever I am busy with to make them notice and reach an ultimate silence.

The other strategy is using body language mentioned by 5 participants (%25.0). The following extract belongs to one of them.

I approach the disruptive students and put my hands on their desks while I am going on talking. It is a silent warning between the teacher and the students.

Asking a question is also used by 7 participants (%35.0) to stop the students' conversation. One participant stated:

I ask a question related to the subject to stop their chatting and get them to participate in the lesson. I think this is more efficient than interrupting the whole concentration.

There is one more strategy that 5 participants (%25.0) apply when they observe the students talking to each other. As it is understood from the following quotation, some participants ignore this undesirable behavior.

I ignore and continue lecturing as long as they do not make too much noise and interrupt our concentration.

Table 3. Not bringing course materials

Strategies	f	%
Finding out its reason	4	20
Warning	12	60
Ignore	4	20
Total	20	100

Third question was asked to figure out the instructors' reactions towards the students who do not bring course materials. 3 strategies were found reasonable for this undesirable behavior. The first one is finding out its reason. The following expression belongs to one of 4 participants (%20.0) supporting this strategy.

They cannot focus on the lesson without course materials. I want to learn why they did not bring their course books and listen to their excuses.

12 participants (%60.0) stated that they warn the students not to repeat the same behavior. One of them used this statement to clarify the strategy.

I point out that course materials are necessary to follow the lesson so they should not forget them again.

There is also a group of participants (%20.0) whose ideas regarding to the course materials are totally different from others.

I do not evaluate this behavior as a big issue as long as my students are engaged in my lesson. The real matter for learning is not the material itself.

Table 4. Displaying Disrespectful Behaviors

Strategies	f	%
Analyzing needs of the students	6	30
Raising awareness	6	30
Talking individually	5	25
Ignore	3	15
Total	20	100

Question 4 is about the ways of overcoming disrespectful behaviors in the classroom. The researcher reached 4 strategies from 20 participants. 6 of them (%30.0) think that instructors should firstly analyze the students' needs to cope with disrespectful behaviors. The following quote illustrates this point:

Our students are at a critical age. They are neither teenage nor adult learners. These learners may display disrespectful behaviors unless their needs are met. I think finding out their needs and determining the teaching strategies in that way will help instructors solve the problem.

6 participants (%30.0) applied the strategy of raising awareness. One participant stated:

Our students are in a critical period of their personal development. They may not be aware of their disrespectful behaviors and their consequences. I explain why their behaviors are disrespectful and lead them to the appropriate behavior.

5 of the participants (%25.0) believe talking individually after class is reasonable. In concern with this strategy, one participant stated:

Due to the fact that it is possible to emerge other disrespectful behaviors when the student is warned in front of classmates, talking to the student in person is the most effective way.

3 participants (%15.0) prefer to ignore the disrespectful student because of the following explanation.

When students are ignored, they notice something wrong and criticize themselves. They give up displaying such behaviors to make themselves appreciated again.

Table 5. Being Interested in Other Things

Strategies	f	%
Taking the students' attention	7	35
Finding out its reason	7	35
Facial expression	4	20
Warning	1	5
Ignore	1	5
Total	20	100

Question 5 is related to the strategy that the instructors apply when their students are interested in other things during the lesson. There are 5 strategies and 2 of them are used by only one participant (%5.0). The first one is gaining students' attention through using sense of humor or asking a question out of topic. One participant defined the strategy with these words:

The lesson period is not short. Students may be interested in other things in consequence of losing their concentration or getting bored. Thus, I usually try to attract their attention by asking an interesting question or making a joke.

The other group including 7 participants (%35.0) thinks that learning the main reason of their indifference is the most appropriate strategy to cope with this problem. The following quote explains its effectiveness:

I would like to find out the reason behind their indifference. I ask them to explain the reasons of the misbehavior without writing their names because I need to know the main reason to be able to find a solution.

There are also 4 participants (%20.0) who believe facial expression stops the undesirable behavior. One of them stated:

I stop talking and look at their eyes. I wait until they make an eye contact with me to make them understand that behavior is annoying.

On the other hand, one participant (%5.0) expressed that warning is effective for the students who are interested in other things during the lecture.

I should manage the classroom as a teacher. Hence, I verbally warn the students who are not interested in my lesson. The students instantly stop the thing that they are busy when they are warned in front of their classmates. Thus, they do not disturb other students.

The last perspective is quite different from others. It is stated by one participant (%5.0).

Following the lesson or being interested in other things is their free choice. I do not do anything if they do not interrupt me or their classmates.

Table 6. Not doing homework

Strategies	f	%
Raising awareness	8	40
Warning	3	15
Finding out its reason	5	25
Ignore	4	20
Total	20	100

Question 6 was asked to find out the instructors' reactions when their students do not do their homework. Although there are 4 strategies, the most applied strategy is to raise students' awareness of assignments' importance. One of 8 participants (%40.0) explains its importance with this expression:

I state that homework is their responsibility. If they do not take their own responsibility for their progress, they will not completely achieve success. I advise them to evaluate homework as a supplement task rather than a compulsory assignment.

3 participants (%15.0) point out warning strategy. It is deduced from this statement:

If students reach the answer without thinking about the topic, it is useless for them. Thus, I warn and give them a second chance for the next lesson. I also remind of the consequence of late submissions.

5 participants (%25.0) also think that finding out its main reason is essential to find a permanent solution. There is a quotation clarifying the importance of this strategy.

I would like to discover its reason. They may have some important reasons or problems and need my advices. Telling them to do their homework is meaningless without overcoming its main reason.

According to 4 participants (%20.0) not doing homework does not have a negative effect on their learning process. One of the participants made the following comment:

I do not usually take any strict actions because I personally believe that homework and all extra worksheets are optional. If they read something in English or show me the blog they voluntarily write, it makes me happier.

Table 7. Not Attending the Lessons Regularly

Strategies	f	%
Finding out its reason	12	60
Raising awareness	7	35
Ignore	1	5
Total	20	100

Question 7 aims to reveal instructors' reactions when their students do not attend the lessons regularly. The participants divided into 3 different ideas. 12 instructors (%60.0) believe that finding out the reason of absenteeism is necessary. This is one of the expressions given to make the strategy clear:

I firstly want to understand whether they do not have desire to learn English or there are some private reasons. Every student is precious and

their needs may vary. If they have problems about their classmates or lessons, I can solve them.

The other strategy used by a large quantity of participants (%70.0) is raising students' awareness. The following extract is given to illustrate this strategy:

I explain the importance of attendance. I tell them regular absence affects their learning in a negative way because they have difficulty to follow the lesson. I also remind attendance is compulsory for their departments.

Out of 20 participants, one participant (%5.0) prefers to ignore the undesirable behavior. It is clarified with this statement.

They are higher education level students. They should know their responsibilities and the consequences of absenteeism. There are not many things that the teacher can do for them.

Table 8. Not Participating in the Lesson

Strategies	f	%
Encouragement	12	60
Talking individually	4	20
Ignore	4	20
Total	20	100

Question 8 aims to discover the strategies that the instructors apply towards the students who do not participate in the lesson. Most participants (%12.0) think that encouragement is the most effective way to make reluctant students active. This is one of 12 excerpts related to this strategy.

I make them feel their participation is important for me. If the students believe the teacher respects their ideas, they feel themselves valuable and they have desire to participate. The teachers should not leave any students behind.

In addition, 4 participants (%20.0) support that talking in person helps the teacher understand the reluctant student better and analyze the problem in detail. The following example indicates their strategy:

It is possible for the students not to participate in the lesson because of being shy or having lack of information. Maybe, there are some factors related to their classmates or teacher. We should talk to them individually to figure out the reason.

The last group participants (%20.0) think this undesirable behavior should be ignored. The following explanation was given to clarify the strategy.

It depends on their personality. Teachers should not force them to participate. Some students do not want to take an active role in the lesson. However, it does not mean that they are not interested. It is their choice.

Table 9. Asking Irrelevant Questions

Strategies	f	%
Taking the students' attention	8	40
Warning	4	20
Ignore	8	40
Total	20	100

The purpose of question 9 is to figure out the strategies applied when the students regularly ask irrelevant questions. 8 participants (%40.0) expressed that they attract the students' attention to the topic again. The following expression clarifies their strategy.

It means that the student got bored or missed some parts of the lesson so the student could not concentrate on the topic. I should gain the student's attention to the lesson again through educational activities.

There are also 4 participants (%20.0) who verbally warn the student not to ask such questions. The following explanation belongs to one of them.

I tell the student the question is not relevant to our topic so it should not be asked in the lesson. We should focus on what we are studying. I do not want other students are confused and distracted.

In addition, 8 participants (%40.0) pointed out they ignore irrelevant questions. It was given to identify the strategy.

I totally ignore because they will continually keep asking that kind of questions as long as they get an answer. I cannot let other students lose their concentration and the flow of my lesson is interrupted.

Table 10. Talking Out of Turn

Strategies	f	%
Warning	11	55
Body language	8	40
Ignore	1	5
Total	20	100

The last question leads the instructors to think about the coping strategies when their students talk out of turn. 11 participants (%55.0) express that they verbally warn their students in classroom. One participant made the strategy clear thorough this statement:

I kindly warn and remind my student that it is disrespectful to other students. They should learn to listen to each other. Otherwise, they may have a habit of talking without permission.

On the other hand, using body language is evaluated as an appropriate strategy by 8 participants (%40.0). Regarding to this strategy, one participant pointed out:

Using body language is the most effective way to remind them turn-taking without discouraging any students.

There is also one participant (%5.0) who does not share the same idea with others because this participant would rather ignore the undesirable behavior. The following quotation explains the strategy:

I do not listen to that student. I communicate with other students and wait until the student asks for the right to speak. They are adult learners so they should know when to talk and listen.

Discussion

According to the results of the study, EFL instructors apply 12 strategies to cope with undesirable behaviors of language learners at the tertiary level. They are verbal warning, using body language and facial expressions, keeping silent, asking a question, finding out its reason, raising awareness, observing their needs, talking individually, gaining their attention, encouragement and ignore the undesirable behavior. The coping strategies reveal that the instructors have a positive attitude towards their students whatever their undesirable behaviors are. It was deduced that most instructors believe most strategies will provide temporary solutions unless they can find out its main reason. Thus, they try to identify the problem causing the student to display an undesirable behavior in the lesson. They prefer to talk individually, observe the attitudes of disruptive students and analyze their needs. A group of instructors support that the students may have an undesirable behavior because they feel bored, lose concentration or miss some parts of the lecture so their reaction is to attract their attention to the lesson again. These instructors take their attention by making a joke, moving to an educational game or asking a question. According to some instructors, undesirable behaviors may be unconsciously displayed so they prefer nonverbal warning to make the students realize. Regarding to this perspective, they keep silent, use their facial expressions or body language. Some instructors agree to their colleagues but they follow different strategies. These instructors think that students may have misbehaviors because they cannot take responsibility for their own learning. In addition, they are not aware of negative consequences of their misbehaviors. In order to raise the students' awareness, the instructors warn verbally, give advice, talk about classroom rules and tell the right behavior. They clarify the consequences that they may encounter if they maintain such behaviors. However, a group of instructors do not have the same thoughts with their colleagues. They state that their students are adult learners at higher education level so they must know both positive and negative consequences of their attitudes. Therefore, they ignore the undesirable behavior as long as other students are not disturbed and the flow of the lesson is not interrupted. The idea supported by the last group is that disruptive students need encouragement and scaffolding because they have lack of knowledge and self-confidence.

As a result of looking through the studies in the related literature, it was seen that the findings are in parallel with other studies conducted in this field. For instance, Güleç and Alkış (2004) found out behavior change strategies applied by the teachers working in elementary schools. The common coping strategies are that encouraging the student to participate in the lesson, making eye contact, explaining the right behavior and the results of the misbehavior, talking after class, verbal warning and using various education materials to attract the student's attention. According to the findings of the study conducted by Yılmaz and Şahinkaya (2010), the strategies mostly used are also applied by the participants in the present study. They are described as listening to the student and communicating clearly, looking of the reasons of the problem, trying to solve the problem, warning through eye contact an advising.

There are also the strategies never followed by the participant instructors such as the ones mentioned in the study of Merç and Subaşı (2015). They are punishing, passing other activities quickly, giving the activity as homework, changing the students' seats and giving the answers directly. The instructors also do not prefer to use the strategies designated in the study of Teyfur (2015). They are asking for apology, changing students' seats, complaining about the student to his/her parents, prohibiting students from having a break, visiting the student at home and discussing the problem with the school counselor. In addition, some of the strategies in the research of Marciniak are not applied by any of the instructors in this study. The participant instructors reprimand the disruptive learner neither out of class nor in front of their peers. They are aware of its negative effects on the student's learning process. They do not give punishment like additional homework. They also do not force any students to stay in classroom after lessons to practice English.

Conclusion and Implications

The findings showed that the instructors respect their students' feelings, ideas and differences as an individual. They carefully designate their coping strategies not to cause their students to feel embarrassed and ignored. Although their strategies are preventive for other undesirable behaviors, they are also promotive to make them active learners. It was deduced that the instructors are considerably aware of the importance of motivation and participation in language learning so they apply the strategies such as encouragement, talking in person, raising awareness, asking a question to attract the attention and finding out the main reason of the undesirable behavior to overcome. Even the instructors who ignore the undesired behavior state that the disruptive student may have a personal problem or need a break to feel boredom. It reveals the instructors tolerate some undesirable behaviors not to interrupt the students' desire to learn English. It is known that English cannot be taught through dominant attitudes. Therefore, the strategies like giving additional assignment, not letting have a break to practice and complaining about the student will not be meaningful strategies for students' improvement. It is important for instructors to know their students well to be able to elicit the main reason of the undesired behavior. Students may have lack of motivation, anxiety, prejudice or negative attitude towards learning English. In that case, asking a question, verbal warning, eye contact or using body language will be temporary solutions. It can be observed that undesired behaviors disappear in time thanks to talking in person, giving advice, overcoming negative past experiences, finding out the right studying techniques and raising intrinsic motivation. There are many students who have not experienced efficient English courses, authentic materials, cooperative working and interactive activities until they reach the tertiary level. Therefore, they have difficulty to adapt English courses, accommodate to their classmates and communicate with their instructors clearly. These weaknesses may cause undesired behaviors. If instructors ignore or reprimand the students, they believe that they will not be able to succeed in English and give up making an effort. Instructors should be patient, insightful and also a good decision maker and mentor because it is a long process to determine the appropriate strategies, observe their effectiveness and analyze the outcomes.

Suggestion and Limitation

The study should be interpreted in the light of several limitations like the other studies in literature. It was firstly conducted with a small group of English instructors. Therefore, the findings of the study may not be appropriate for all English instructors working in universities across Turkey. The data was also gathered through a survey including 10 open ended questions. It may not reflect the whole coping strategies applied in language classrooms.

Regarding these limitations, it is suggested to use other data collection tools such as observation, questionnaire and interview. The number of participants can be increased in order to reach further data and enlarge the research. The coping strategies of instructors can be compared in terms of gender and seniority. It can also be analyzed whether there is a significant difference between the coping strategies of native English speakers and non-native English speakers. Presenting the perspectives of EFL learners can provide more insight for the research.

References

- Altıok, E. (2013, November 24). *Sınıfta istenmeyen davranışlar*. Retrieved from Prezi: https://prezi.com/mz0ij8t_mhrb/snfta-istenmeyen-davranslar/
- Güleç, S., & Alkış, S. (2004). Öğretmenlerin sınıf ortamında kullandıkları davranış değiştirme stratejileri. *Uludağ Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(2), 247-266.
- Key, J. P. (1997). Descriptive research. Oklahoma State University Retrieved from: <https://www.okstate.edu>
- Kuhlenschmidt, S. L., & Layne, L. E. (1999). Strategies for dealing with difficult behavior. *New Directions for Teaching and Learning*, 77
- Marciniak, A. (2015). Effective ways of dealing with discipline problems when teaching adolescent learners. *World Scientific News*, (7), 53-72
- Merç, A., & Subaşı, G. (2015). Classroom management problems and coping strategies of Turkish student EFL teachers. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(1)
- Özben, Ş. (2010). Teachers' strategies to cope with student misbehavior. *Science Direct*, 2(2), 587-594
- Pala, A. (2005). Sınıfta istenmeyen öğrenci davranışlarını önlemeye dönük disiplin modelleri. *Manas Journal of Social Studies*, 13(7), 427
- Sadık, F., & Doğanay, A. (2007). Sınıf içi istenmeyen davranışlarla ilgili öğretmen, öğrenci ve veli görüşlerinin karşılaştırılması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal BilimlerEnstitüsü Dergisi*, 16(1), 539-560
- Taylor, S. E., Pham L. B., Rivkin I. D., & Armor D. A. (1998) Mental Simulation, Self-Regulation, and Coping. *American Psychologist*, 53(4), 429-439
- Taylor, S. E., & Stanton, A. L. (2007). Coping resources, coping processes, and mental health. *The Annual Review of Clinical Psychology*, 3, 377-401
- Teyfur, M. (2015). Undesirable student behaviors encountered by primary school teachers and solution proposals. *Academic Journals*, 10(17), 2422-2432
- Yılmaz, S., & Şahinkaya, N. (2010). The relationship between the methods teachers use against the misbehaviour performed in the classroom and emphatic tendencies of teachers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 2932-2936

Appendix

Open-Ended Survey Questions

Dear Colleague,

The purpose of this survey is to designate the coping strategies applied by EFL instructors. The survey includes 10 open-ended questions related to some undesirable behaviors observed in language classrooms. Please, write your coping strategies with clear explanations. Your precious thoughts are really important for this research. Your responses will only be used for this research and be kept confidential.

Thank you for your contribution and sincere ideas.

Section 1: Background Questions

1. Gender? Female_____ Male_____
2. Education? B.A._____ M.A._____ Ph.D._____
3. Teaching Experience? 1-3_____ 4-6_____ 7-9_____ 10-more_____
4. Nationality? Native English Speaker_____ Non-Native English Speaker _____

Section 2: Open-Ended Questions

1. When my students use their mobile phones in the lesson, I _____

2. If I notice my students talking to each other during the lesson, I _____

3. When my students do not bring their course materials in class, I _____

4. I think, the most effective way to handle disrespect in the classroom is _____

5. When my students are interested in other things during the lesson, I _____

6. If my students come to class without doing their homework, I _____

7. If my students do not attend the lessons regularly, I _____

8. My reactions towards the students who do not participate in the lesson are that _____

9. If one of my students asks irrelevant questions regularly, I _____

10. When my students talk out of turn, I _____

SANAYİLEŞME VE İSTİHDAM ÜZERİNE KALDOR VE PREBİSCH KARŞITLIĞI: TÜRKİYE EKONOMİSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Yelda BUGAY TEKGÜL¹

ÖZ

Bu çalışma, sanayileşmenin, gayri safi yurtiçi hasıla, istihdam ve işgücünün ortalama verimliliğinde yaratacağı etkileri, Kaldor ve Prebisch'in iki farklı bakış açısından ampirik bir analizle değerlendirmeye çalışmaktadır. Bu çerçevede tartışmalar "ithal ikameci" ve "liberal" sistem farklılığını da içerecek biçimde; büyüme ve ortalama işgücü verimliliğinin istihdama etkilerine odaklanmaktadır. Bu amaçla Türkiye ekonomisi için 1930-1979 yıllarını kapsayan görece "kapalı" dönem ve 1980-2017 yıllarını kapsayan "liberal" dönem ayrımı yapılarak bu teorilerin geçerliliği incelenmiştir. Kaldor, büyüme ve verimliliğin istihdam üzerine yaratacağı etkiyi *pozitif* görürken, Prebisch bu etkileri sırasıyla *pozitif* ve *negatif* olarak değerlendirmektedir. ARDL sınır testi kullanılarak yaptığımız analiz sonucu iki alt dönemde de imalat sanayiinde çıktudaki bir artış ile istihdam arasında pozitif; işgücü verimliliğindeki artış ile istihdam arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu çerçevede incelenen her iki dönemde de Prebisch'in görüşlerinin Türkiye Ekonomisi için geçerli olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanayileşme, İstihdam, Büyüme, Kaldor, Prebisch

KALDOR AND PREBISCH ANTINOMY ON INDUSTRIALIZATION AND EMPLOYMENT: AN APPLICATION ON TURKISH ECONOMY

ABSTRACT

This work tries to evaluate industrialization's effects on gross domestic product, employment and average labor productivity by an empirical analysis based on two different viewpoints of Kaldor and Prebisch. In this context, discussions that also consist the dissimilarities of "import-substitution" and "liberal" system, emphasize the effects of growth and average labor productivity on employment. For this purpose, validity of these theories has been examined for Turkish economy by segregating it into two different eras of 1930-1979 relatively "closed" economy and 1980-2017 "liberal" economy. While Kaldor sees the effects of growth and productivity on employment *positively*, Prebisch sees this effects *positively* and *negatively* respectively. A positive relationship between output increase in manufacturing industry and employment, and a negative relationship between labor productivity increase and employment have been detected by the results of our analysis that has been done by using ARDL bounds test in both eras. In this context, the evidence has been acquired that Prebisch's view are valid for both examined eras of Turkish Economy.

Keywords: Industrialization, Employment, Growth, Kaldor, Prebisch

Giriş

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönem, iki kutuplu bir dünya düzeninde görece istikrarlı bir ekonomik düzeni temsil etmektedir. Bu dönemde batı ülkelerinin oluşturduğu kapitalist

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü, tekgul@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3800-5427

Received/Geliş: 08/07/2019 Accepted/Kabul: 02/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Tekgül, Y.B.. (2019), "Sanayileşme Ve İstihdam Üzerine Kaldor Ve Prebisch Karşıtlığı: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.134-148.

ekonomiler büyüme üzerine yoğunlaşmıştır. Sermaye birikimi ve bu birikimi artıracak unsurlar bir istikrar arayışı içerisinde yoğun bir tartışmaya sahne olmuştur. Büyüme ile birlikte istikrar olgusu, öncülüğünü Nicholas Kaldor gibi iktisatçıların yaptığı sermaye başına düşen hâsıla oranının istikrarı, sermayenin reel getirisinin sabit olması, kâr ve ücret gelirlerinin hâsıla içerisindeki göreceli paylarının istikrarlı olması ve kişi başına düşen gelirin pozitif ve sabit olması üzerine odaklanmıştır (Yeldan, 2010, s.53).

Diğer taraftan, Prebisch'in çalışmaları, ekonomiler arasında hüküm süren dengesizliği azaltmaya odaklanmış ve kalkınma iktisatçıları için temel bir ölçüt olmaya devam etmiştir. Zaman içerisinde Prebisch'in çalışmaları, Arjantin'den, bölgesel ve daha sonra küresel seviyelere geçerek daha geniş bir coğrafyayı etkilemiştir (Toye ve Toye, 2006, s.21). Prebisch, sanayileşmenin refah yaratma sürecinin, ekonomik sınırlarla belirlenmesi gerektiğinde ısrarcıdır. Sanayileşmenin, ekonomik hususların ikinci sırada yer aldığı, daha özerk bir ideale ulaşmanın bir aracı olduğu düşünüldüğünde, ülkede 'ithal ikame' üretim yapabilecek herhangi bir sanayileşme sürecinin haklı gerekçeleri olabilecektir. Bununla birlikte, Prebisch'e göre şayet amaç toplam ölçülebilir refahı artırmaksa, daha yoğun bir sanayileşmenin üretkenlikte bir "düşüş" anlamına gelebileceği de akılda tutulmalıdır (Prebisch, 1950, s.6).

Çalışmamızın ilk kısmında Kaldor'un imalat sanayii için, sektördeki istihdam artışını sektörün çıktı ve ortalama işgücü verimliliğine bağlayan görüşü ile Prebisch'in ithal ikameci bir ekonomide imalat sanayiindeki çıktı artışının istihdam üzerinde pozitif; ortalama işgücü verimliliğinin ise negatif etki yaratacağı şeklindeki görüşleri teorik olarak ele alınmaktadır. Çalışmamızın diğer kısmında ise Türkiye Ekonomisi genel olarak 1930-1979 dönemi için "ithal ikameci ve kapalı" ekonomi, 1980-2017 dönemi ise "liberal" ekonomi olarak tanımlanarak Kaldor ve Prebisch'in bahsi geçen görüşleri ARDL sınır testi kullanılarak incelenmektedir.

Kaldor Yaklaşımı

Kaldor'un büyüme teorisinde sanayi üretimi ve sanayileşme olgusu büyük önem taşımaktadır. Büyüme olgusuna sanayileşmenin yapacağı katkıyı ön plana alan ve bu olguyu dinamik bir şekilde inceleyen teoriler Polonya'lı iktisatçı Michael Kalecki'ye kadar uzanmaktadır (Storm, 2017, s.9).²

Bu çerçevede Kaldor'un öne sürdüğü ilk hipotez, imalat sanayiindeki büyüme ne kadar hızlı olursa, GSYİH büyüme oranı da o kadar hızlı olacaktır. İmalat sanayiindeki

² Kalecki aslında, Robinson'un öne çıktığı aynı zamanda Kaldor ve Pasinetti gibi "Cambridge Ekolu" ne mensup iktisatçıların yer aldığı ve daha çok dinamik analiz üzerinde yoğunlaşarak büyüme ve bölüşüm arasındaki ilişkileri dikkate alan bir yaklaşım içerisinde yer almaktadır. Daha ayrıntılı bilgi için Kalecki'nin 1954 yılında yayınlanan "Theory of Economic Dynamics" adlı eserinin 6. Bölümüne bakılabilir. Burada göz ardı edilmemesi gereken nokta, Kalecki'nin, altyapı ve sanayiye yapılan yatırımlara, tarımsal üretimi de uzun ve kısa vadede attırarak önlemlerin eşlik etmesi gerektiğini vurgulamış olmasıdır. Bu analizler, çoğu "kalkınma ekonomistinin" tek başına artan sanayi büyümesine odaklandığı dönemlerde nispeten farklı bir yaklaşım olarak nitelendirilebilir. Zira 1950'lerin ortalarında savunulan bu fikir, on yıl sonra birçok gelişmekte olan ülkede ortaya çıkan gıda kıtlığı ile haklı çıkmıştır.

büyümenin ekonomik büyümede yarattığı bu ivmeye “ekonomik büyümenin motoru olarak üretim hipotezi” denmektedir.³

Kaldor’un öne sürdüğü ikinci hipotez şu şekilde ifade edebiliriz: imalat sanayiinde işgücü verimliliğindeki artış ile statik ve dinamik ölçeğe göre artan getiri nedeniyle ortaya çıkan üretimdeki büyüme arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Benzer biçimde Alman iktisatçı P.J. Verdoorn 1949 yılındaki çalışmasında, endüstriyel çıktındaki büyüme ile emek verimliliğindeki büyüme arasındaki bu düzenli ilişkiye işaret ettiğini görüyoruz. Buna göre emek verimliliğinin, üretimle ilişkisi pozitif yönde ve süreklilik arz etmektedir. Bu yasaya göre, üretim sürecine dâhil olan emek miktarı, çıktının kendisinden daha düşük bir oranda genişler, böylelikle çıktındaki artışa bağlı olarak emek verimliliğindeki bir artışın katılımı sağlanır. “Verdoorn Yasası” olarak bilinen bu sonucu Kaldor, imalat sanayinde ölçeğe göre artan getirinin bir kanıtı olarak kullanmıştır. Kaldor (1966), 12 OECD ülkesini kapsayan 1953-1963 dönemi için bu teoriyi test etmiş ve daha sonraları *Kaldor-Verdoorn Yasası* olarak anılan emek verimliliği ve üretim artış oranları arasında pozitif bir ilişki olduğu bulgusu elde etmiştir (Lorentz, 2009, s.3).

Çünkü bu sektörde gözlenen daha hızlı bir üretim büyümesi emeğin, birincil sektörlerden (azalan getiri nedeniyle) ikincil sektördeki üretime aktarımını teşvik etmektedir bu da istihdamın artması anlamına gelmektedir

Sanayileşme ile birlikte üretim artışının, imalat sektöründeki verimlilik artışı ve istihdam artışının belirlenmesinde önemli bir rol oynadığını öne süren bu hipotezler büyüme literatüründe önemli bir yer bulmuştur. Buna göre imalat sektöründe yüksek bir büyüme oranı, daha yüksek bir verimlilik artışı oranına neden olmaktadır. Ancak bu sektördeki büyüme kendisinden daha hızlı bir istihdam artışına yol açmamaktadır. Diğer taraftan imalat sanayi dışındaki sektörlerde istihdam artışı ile verimlilik artışı arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir.

Kaldor işgücü verimliliği, istihdam ve çıktındaki büyüme arasındaki temel ilişkiyi, iki ayrı denklemde, yani “işgücü verimliliği-çıktıdaki büyüme” (Verdoorn Yasası) ve “istihdam-çıktıdaki büyüme” (Kaldor Yasası) ilişkisi çerçevesinde incelemiştir. Ancak aşağıda incelediğimiz Prebisch’in itirazlarını haklı kılabilecek şekilde, Verdoorn-Kaldor analizi “ithal ikameci bir politika” kapsamında istihdam yaratma ve Latin Amerika'nın ekonomik kalkınma politikalarına ışık tutmada yetersiz kalmıştır. Gerçekten de, ithal ikameci sanayileşmenin temel önermesi, ekonomi genelinde fiyatların ve üretimin belirlenmesinde etkin bir hükümet müdahalesi anlamına gelmekte; bu ise düşük bir reel faiz oranı ve aşırı değerlendirilmiş döviz kuruyla sonuçlanmaktadır. Bu durum, iktisat teorisinde genel kabul gören “faktör donanımı teorisi” yerine, kişi başına daha yüksek sermaye yoğun üretim süreçlerini kullanmayı özendirir. Bu ise, Kaldor’un

³ Kaldor’a (1967) göre imalat sanayiinde üretimde hem statik hem de dinamik olarak artan getiri söz konusu iken, toprağa dayalı üretimde ise azalan getiri söz konusudur. İmalat sektörü büyürken ve azalan getirilerin olduğu diğer sektörlerden emeği çekerken, ikincil sektörde verimlilik otomatik olarak artar, çünkü ortalama emek ürünü marjinal ürünün üstündedir. Böylece, üretim çıktısı arttıkça, ekonomideki verimliliğin artması, GSYİH büyümesinin ve dolayısıyla ekonominin büyümesi de hızlanır.

(1967) ileri sürdüğü gibi “iç fiyatlar, iç maliyet yapısına uyarlanacaktır” anlamına gelmektedir. Diğer bir deyişle, bu tip bir devlet müdahalesi ile dış ticaret politikası, uluslararası ekonomideki gelişmeler ile yurt içindeki ekonomik yapı ve büyüme arasında bir koruma ve ihtiyari bir engel olarak kullanılmıştır (Casillas, 1993-94, s.272). Prebisch de Kaldor gibi, ekonominin büyümesinin, imalat sektöründe çıktı büyümesiyle pozitif olarak ilişkili olduğuna inanmıştır. Ancak Prebisch (1970), Kaldor'un görüşlerinin ve gözlemlerinin aksine Latin Amerika'da, özellikle imalat sanayinde emek verimliliğinin artışı ve bu sektörde istihdamın büyümesi arasında *negatif yönde* güçlü değişimler ve çatışmalar olduğunu öne sürmüştür.⁴ Bununla birlikte, Prebisch, bu sonucu hiçbir zaman nesnel veriler veya uygun bir “istihdam modeli” ile doğrulamamıştır (Casillas, 1993, s. 269).

Prebisch Yaklaşımı

Prebisch 1970 yılında hazırlamış olduğu “Prebisch Raporu”ndan çok daha önce, Arjantin Merkez Bankası'nın ilk genel müdürü (1935-43) iken yaptığı çalışmasında; ihracat gelirleri, yurt içi üretim ve ithalat arasındaki geçişleri, dış ticaret çarpanı olarak bilinen kavram yerine, “gelişme katsayısı” kavramı ile açıklamıştır.⁵ Prebisch, *paranın dolanım hızını*, Keynes'in Genel Teori çalışmasındaki çarpan analizinde olmayan, diğer önemli bir değişken olarak tanımlayarak, kendi yaklaşımı ile Keynes'in yaklaşımı arasında bir ayırım yapmıştır. Ayrıca, gelirdeki bir artışın ardından, birincil sektördeki istihdamın artacağını, ancak bunun, yeni bir harcama akımı olmadıkça veya paranın dolanım hızı artmadığı sürece, ikincil sektördeki istihdamda bir genişleme yaratmayacağını savunmuştur.

Prebisch tezini, çevre ülkeler olarak adlandırdığı az gelişmiş ülkeler ile merkez ülkeler olarak adlandırdığı gelişmiş sanayi ülkeleri arasındaki yapısal ve fonksiyonel farklılıklara dayandırmaktadır. Kaldor gibi Prebisch de büyüme için dinamizmi sağlayan olgunun “teknik ilerleme” olduğuna inanmaktadır. Ancak çevre ülke için sorun iki yönlüdür: bunlardan biri “kişi başına daha fazla teknik ilerlemenin nasıl sağlanacağı”; diğeri ise “dengeli bir ekonomik gelişme için verimlilik artışından sağlanan faydanın nasıl korunacağı” sorunudur (Frankenhoff, 1962, s.188).

Prebisch'e göre, ödemeler dengesinin tekrarlayan sorunları ve dış ticaret hadlerindeki bozulma eğilimi, öncelikle aşırı derecede ihracatta uzmanlaşmayla ilişkilidir. Benzer bir şekilde yavaş büyüme sorunları (ve sanayileşmiş ülkeleri

⁴ Çalışmada, Türkiye ekonomisi incelemesinde bu yaklaşım farklılığı temel alınmıştır.

⁵ Dış ticaret çarpanı kavramını Horrod'un 1933 yılındaki çalışmasında görüyoruz. Harrod açık bir ekonomide gelir düzeyinin (Y); ihracat hacminin (X) marjinal ithalat eğilimine (mpm) oranı ile belirleneceğini öngörmektedir. İhracatın, otonom talebin tek belirleyicisi olduğu dış ticaret çarpanını şu biçimde ifade etmiştir: $y_a = [1/mpm] [x_a]$ (Davidson, 1994: 219).

⁶ Diğer taraftan Prebisch, çevre ülkelerdeki yoksulluğun temelinde “düşük tasarruflar” olduğunu vurgulamaktadır. Sanayileşmiş ülkeler, kendi verimlilik artışlarını sürdürebilmekte ve bunları artan ücret ve karlar açısından tüm sınıflara dağıtabilmektedir. Artan verimlilik, kısa çalışma saatleri ve daha büyük kamu harcamalarını destekleme gibi pozitif dışsallıklar sağlamaktadır. Çevre ülkeler ise, tam tersine, üretiminin çoğunu tüketmekte ve % 4-5'ten fazla tasarruf edememektedir. Uluslararası pazarda ise rekabetçi koşullara bağlı aşırı fiyat dalgalanmalarıyla karşı karşıya kalmaktadır (Frankenhoff, 1962, s.192).

“yakalayamama”) ise ihracatta uzmanlaşma ile birlikte etkileşime giren yapısal heterojenliğin yarattığı kısıtlamalarla sürekli bir işsizlik ortaya çıkmasıdır (Durlauf ve Blume, 1987, s.573).

1948’de kurulan Latin Amerika Ekonomik Komisyonu (ECLAC) çevresinde toplanmış olan “yapısalcı” iktisatçılara göre, uluslararası iş bölümü tarım ürünleri ihracatçısı ülkelerin ekonomik gelişmesini olumsuz etkilediği için, uzun dönemli koruma çerçevesinde *ithal ikamesi* gerekli bir politika olmuştur. Çevre ülkelerin temel problemi; modern teknolojinin özümsemesi için gerekli olan geniş bir pazarın olmaması ve tasarruf eğiliminin düşük olmasıdır. 1950’lerin ikinci yarısında, Prebisch’in, Latin Amerika ortak pazarının gelişimini savunarak bu sorunu çözmeye çalıştığını görüyoruz. Korumacılığa savunurken özellikle sanayi merkezlerinden ithal edilen malların fiyatlarının üretimdeki verimliliği yansıtmadığı için çevre ülkelerin dış ticarete dezavantajlı olduğunu; güçlü sendikaların ücretler üzerinde etkili olması ve büyük şirketlerin fiyatlarını yüksek tutmaları ya da en azından kârlarını korumaları nedeniyle teknik ilerlemenin artılarının merkezde kaldığını belirtmektedir. Ayrıca Prebisch dünyanın hiçbir yerinde, ABD de dâhil olmak üzere, bir ülkenin ekonomik gelişmesindeki teknik ilerlemenin kendiliğinden olmadığını ifade etmiştir. Çevre ülkeler de gelir talep esnekliği yüksek ithal mallarını yurt içi üretimle ikame ederek ve ihraç mallarını çeşitlendirerek (gelir ve fiyat talep esnekliği daha yüksek olan malları üreterek) büyümeyi başarabilecek ve bunu sürdürebilecektir.⁶

Ancak uygulamaya baktığımızda, genel olarak ithal ikameci politikaların benimsenmeme nedenlerinden biri, savaş sonrasında yeni uluslararası ekonomik koşullar çerçevesinde, az gelişmiş ülkelerin karşılaştırmalı üstünlükler teorisiyle uyumlu ekonomik gelişme stratejileri izlemelerinin istenmesi ve bu ülkelerin 1950’lerden başlayarak ödemeler dengesi sorunlarıyla karşılaşmaları olmuştur. Nitekim ithal ikameci politikalar uygulayan birçok az gelişmiş ülke bir yandan iç pazarın sınırlarına ulaşırken, diğer yandan bu ülkelerde ödemeler dengesi sorunlarının büyümesi nedeniyle ithal ikameci sanayileşmeye yönelik eleştiriler yoğunlaşmıştır. Neo-klasik iktisatçılar korumacı politikalarından vazgeçilerek ihracata önem verilmesini önerirken, yapısalcılar ithal ikameciliğin “ileri” aşamasına geçilebilmesi için, devletin planlama işlevini geliştirerek daha ağırlıklı bir rol almasını önermişlerdir.

Diğer taraftan çok sayıda az gelişmiş ülke ile birlikte Latin Amerika ülkelerinde de uygulanan ithal ikameci politikalar, 1970’lerin başına gelindiğinde istihdam sorununu çözmekte yetersiz kalmıştır. Prebisch, bu dönemde hazırladığı “Prebisch Raporu”nda, Kaldor’un görüş ve kanıtlarının aksine, Latin Amerika’nın sanayi ve tarım sektörlerinde büyümede, işgücü verimliliği, istihdam ve toplam üretim artışı arasındaki dinamik ilişkiye dikkat çekerek, bunlar arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna varmış ve alternatif bir kalkınma politikası önermiştir. Prebisch’in önemli saptamalarından biri, bölgede sermaye yoğun tekniklerin kullanılması ile işgücü verimliliğinde ortaya çıkan hızlı artışların, ekonominin birincil ve ikincil sektörlerinde istihdamı artıramayacağı, bunun sadece ekonomik büyümedeki bir artış için yeterli olabileceğidir. Prebisch, işgücündeki hızlı genişlemeyi emmek için bölgede GSYİH’nın

yüzde 8'ine eşit orta vadeli bir büyüme oranı önermiştir. Bu gibi yüksek büyüme oranları, işgücüne katılım oranlarındaki ılımlı artışlarla tutarlı olacaktır.

Rapordaki önemli sonuçlardan bir diğeri, “bölgenin ithal ikameci sanayileşme politikalarının, sermaye yoğun teknolojileri teşvik ettiği ve bunun sonucunda işgücü verimliliğinin hızla arttığıdır.” Bu hızlı artış ise yukarıda belirtildiği gibi tarım kesiminde işgücü fazlası yaratacaktır. Gelişmekte olan ülkelerde giderek belirginleşen nüfus artışı da bu noktada önem taşımaktadır. Ekonomik olarak aktif nüfusun sadece bir kısmı üretken olarak kullanılırken, yüksek oranda işgücü fazlasının olduğu kırsal alanlarda gereksiz bir işgücü oluşmaktadır. Buradan büyük şehirlere göç eden işgücünün aslında sadece konum değiştirmektedir. Göç sonrası büyük şehirlerde artan işgücünün önemli bir kısmı hizmetler sektöründe katma değer yaratmadan istihdam edilmektedir. Dolayısıyla, istihdam artışı, iş gücünün gerçek bir emiliminden ziyade sanal olmaktadır. Tarım dışı faaliyetlerde çok az işgücü istihdam edilir ve hizmet sektöründe istihdam orantısız bir şekilde artarsa, ciddi bir dengesizlik ortaya çıkacaktır; bu da malları tüketmek isteyen ancak üretmeyen işgücünün oranının, üreten kesimin ötesine geçmesidir. Prebisch raporunda gelişmekte olan ülkelerde var olan bu durumu, “ekonomide gerekli dinamizmin bulunmaması” özelliği olarak açıklamaktadır (Prebisch, 1970, s.1-5).

Asıl önemli olan bu dinamizmi yaratabilmektir. Bu noktada işgücünün kırsal alanlardan verimli bir şekilde diğer sektörlerle aktırılabilmesi için, sanayinin, inşaatın ve madencilikğin üstlendiği dinamik rolün önemini vurgulamaktadır. Nitekim işgücü verimliliği bir ülkedeki mevcut insan gücünün doğru alanlara aktarılmasıyla sağlanabilir, bu da ekonomik büyüme açısından önemli bir göstergedir.

Prebisch'e göre az gelişmiş ülkelerdeki gelişme dinamiklerini karşılayacak tek alternatif ikincil sektörün gelişmesi iken sanayinin büyümesi artık sadece ithal ikamesine bağlı olamayacaktır.⁷ Bu durumda yeni çözümler ve yeni pazarlar aranmalıdır. Sanayideki genişlemenin sınırları, sektördeki gereksiz insan gücünün emilmesiyle birlikte – ve kırsal nüfusun gelir seviyelerinin iyileştirilmesiyle - mamul mallar için kayda değer ve sürekli bir talep üretecektir. Bu aynı zamanda tarım ürünlerine yönelik güçlü bir talep te yaratacaktır. Böylece tarım ve sanayinin karşılıklı talepleriyle daha güçlü bir etki yaratılacak ve bu büyüme ekonominin geri kalanına yayılacaktır.

⁷ Prebisch'ten çok daha önce Manoilescu 1929 yılında yayınladığı “Theory of Protectionism and International Exchange” isimli kitabında benzer bir şekilde sanayi ve hizmet sektörlerinde yaratılan verimliliğin tarım sektörüne oranla daha yüksek olmasından dolayı, sanayi sektörünün dış rekabete karşı korunması gerektiğini ileri sürmüştür. Özellikle daha fazla işgücünün bu sektörde istihdamıyla toplam gelir artacaktır. Buna göre, verimliliğin iki kesimde birbirinden çok farklı olduğu bir ekonomik yapı içerisinde karşılaştırmalı üstünlük teorisini savunmak anlamsızdır (Love, 2009, s.107).

Tablo 1. İmalat Sanayi Üretimindeki Büyümenin Etkileri

<i>İmalat Sanayi Üretimindeki Büyüme</i>	<i>Yarattığı Etkiler</i>		
	<i>Verdoorn (1949)</i>	<i>Kaldor (1960)</i>	<i>Prebisch (1970)</i>
<i>GSYİH'da büyüme</i>		+	+
<i>İşgücü başına verimlilikte büyüme</i>	+	+	+
<i>İstihdamda büyüme</i>		+	-

Türkiye’de 1930 Sonrası Uygulanan İktisat Politikalarının İstihdam ve Büyüme Yansımaları (1930-1979 ve 1980-2017 Dönemleri)

1930-1939 yılları Türkiye’de sanayileşme doğrultusunda ilk ciddi adımların atıldığı yıllar olmuştur. Milli gelirin bu dönem içerisindeki ortalama büyüme hızı % 5,6 olarak gerçekleşmiştir. Sanayiinin yıllık ortalama büyüme hızı % 11,4’tür. Sanayileşme bu dönemde yaygın tüketim mallarının ülke içinde üretilmesi yönünde gerçekleşmiştir. Bu gelişme daha çok hafif sanayiye (tekstil ve gıda) dayalı bir gelişmedir. Yatırım malı ve ara mal üreten modern sanayi kollarının ilk kuruluş yılları da devletçilik dönemi içerisinde (Boratav, 2016, s.67-77).

1939-1945 yılları ise devletçiliğin duraklama yılları olarak tanımlanabilir. Savaş ekonomisi nedeniyle iktisadi yatırımlar ve tüketim harcamaları durmuş tarım ürünleri fiyatı hızla yükselmiştir. Bu dönemde 1942 yılındaki % 5,6’lık büyüme dışında her yıl ekonomi küçülmüştür. 1945 yılındaki büyüme hızı - %15,3 olmuştur (DİE,1923-1995).

1946 yılında iktisadi bakımdan, on altı yıldır kesintisiz sürdürülen korumacı, dış dengeye dayalı ve içe dönük iktisat politikalarının yavaş yavaş gevşetildiği, ithalatın serbestleştirilerek büyük ölçüde artırıldığı, dış açıkların kronikleşmeye başladığı buna bağlı olarak da dış yardım, kredi ve yabancı sermaye yatırımlarıyla destek bulan bir ekonomik yapının oluştuğunu görüyoruz. Dolayısıyla artık iç pazara dayalı bir sanayileşme yerine dış pazarlara dönük, tarıma, madencilığe, alt yapı yatırımlarına ve inşaat sektörüne öncelik veren bir kalkınma anlayışını görüyoruz (Boratav, 2016, s.96). Liberal dış ticaret politikaları 1946-1953 döneminden sonra çok uzun bir süreliğine terk edilmiş ancak dışa bağımlı hale gelen ekonomik yapı devam etmiştir. Diğer taraftan Eylül 1946’da Cumhuriyet tarihinin ilk büyük devalüasyonu gerçekleşmiştir. Dış ticarete korumacılığın gevşetilme süreci de devalüasyonla birlikte ithalatta miktar kontrollerinin uygulanmasını sınırlayan liberasyon listelerinin belirlenmesi ile başlamıştır. Bu dönemde sanayi sektörünün milli hasıla içindeki payı % 13,5’e düşmüştür. Bu durum, Türkiye’nin dünya ekonomisiyle hammadde alanında uzmanlaşmaya dayanan bütünleşme eğilimi olarak yorumlanabilir. 1950-1960 arasında, yıllara göre değişmekle birlikte dönem boyunca yatırımların % 32’si makine, kalan % 68’i inşaatla ayrılmıştır. Dönemin temel özelliği, sınai üretimde ithal ikameci sanayileşmenin birinci aşaması olan temel tüketim maddelerinin yerli üretimi sürecinin tamamlanmasıdır (Kepenek, Yentürk, 2000, s.109).

Türkiye’de 1962 sonrasında iktisat politikaları *planlama* çerçevesinde uygulanmış ve özellikle yatırım politikaları üzerinde belirleyici olmuştur. Özellikle gelişmiş kapitalist toplumlardan etkilenen tüketim şekli daha çok “dayanıklı tüketim mallarına” yönelmiştir. Bu dönemde dış ticarete yaşanan tıkanmalar ve kıt olan dövizin lüks mallara harcanmasının mümkün olmaması ise bazı üretim alanlarında yabancı sermayenin de katılımıyla malların ülke içinde üretilmesini zorunlu kılmıştır. Bu amaçla önce sadece montaj biçiminde kurulan dayanıklı tüketim malları sanayi zaman içerisinde daha fazla yerli sermaye katkısıyla ve ileri geri bağlantılarla beslediği yan sanayi kollarıyla daha gelişmiş bir yapıya dönüşmüştür. Ancak teknoloji ve temel girdiler bakımından dışa bağımlılığın sürmesi, sanayinin birim maliyetler, üretim ölçeği ve kalite bakımından geri kalması Türkiye’nin dış pazarda rekabet gücünü zayıflatmıştır (Boratav, 2016, s.119-121).

Kamu sektörü, temel girdileri maliyetlerin altında fiyatlandırarak özel sanayinin ve tarımın girdi ihtiyacını ucuza karşılamaya çalışmış ve bu sanayileşme biçiminin ekonominin dışa bağımlılığını azaltacağı düşünülmüştür. Ancak aksine ekonominin ithalata bağımlılığı artmıştır. Bu durumun nedenlerinden biri doğrudan ve dolaylı ithal gereksinmesi çok yüksek olan dayanıklı tüketim malları sektörünün hızlı bir ivmede genişlemesi iken, diğer bir neden yatırım malları kesiminde sağlanan genişlemenin, ara mallardan geride kalması nedeniyle, yüksek bir yatırım temposunun ithalatı da ister istemez artırmasıdır. Bu yıllar ihracatın milli gelir içindeki payının çok düşük kaldığı hatta gerilediği bir dönemdir. Bunun nedenleri ise kambiyo ve dış ticaret politikalarının daha çok ithal ikamesine ve ithal girdilere ihtiyacı olan iç piyasaya yönelik sanayi kollarına hizmet etmiş olması ve iç pazara yönelik sanayileşme sürecinin daha ileri aşamalarına kadar, ihracatın zorunlu olarak geleneksel tarım ürünlerinden oluşmaya devam etmesidir. Genel kanı ihracatta anlamlı bir gelişme sağlanabilmesi için ihracatın sınıai ürünlere dayanması ve süreklilik için de bu yatırımların modern teknolojiye ve optimum ölçeklere dayanan bir üretim süreci yanında emek verimliliğinde de uzun dönemli artışlar sağlanması gerektiğidir. Ancak Türkiye için ara ve yatırım mallarının ikamesini hedefleyen “ileri” aşamada, ilk zamandaki küçük ölçek ve basit teknoloji gerektiren yatırımlar giderek daha çok sermaye ve daha ileri teknoloji kullanımını gerektirmiştir. Sanayi döviz darboğazından kaynaklanan ciddi üretim darboğazları yaşamıştır. 1962-1976 yılları arasında yüksek bir büyüme temposunun sürdürülebilmesinin arkasındaki güç ise ekonomiye önemli miktarda dış kaynağın girmiş olmasıdır (Boratav, 2016, s.120-124).

1970’lerin sonuna gelindiğinde, imalat sanayiinde küçümsenmeyecek bir gelişme hızı sağlayan Türkiye, iktisadi kriz içine girmiştir. İç pazarın giderek daralması, verimlilik artışlarının yetersiz olması ve bu dönemde dış şokların yarattığı maliyet artışları bir yandan, bölüşüm ilişkilerinin çalışan kesimler lehine dönmesinin sonucu ortaya çıkan ücret artışlarını telafi edecek ve sınıai karlardaki düşüşleri önleyecek mekanizmaların geliştirilememesi ithal ikameci politikaları zora sokmuştur. Bu dönemde yaşanan iktisadi bunalım karşısında Türkiye büyüme ve sanayileşme

sürecinde etkili olacak bir strateji değişikliğine gitmiştir.⁸ Bu amaçla 1980-83 yılları arasında IMF ile imzalanan stand-by anlaşması çerçevesinde ihracata dayalı sanayileşme özendirilirken, ihracata sürekli destek verilmesi öngörülmüştür. Ocak 1980'deki devalüasyonun ardından izlenen sürekli günlük kur ayarlamaları ve yoğun teşvikler, yurt içinde göreceli fiyatların ihracatın karlılığını artıracak şekilde değişmesini sağlamıştır.⁹ Özellikle dönemin başında var olan % 50 civarındaki atıl kapasitenin kullanılması da dışa açılmayı kolaylaştırmıştır (Boratav ve Türkcan, 1993, s.17-19).

Yukarıda ana hatlarıyla bahsettiğimiz Türkiye ekonomisinde iki farklı iktisat politikasını içeren bu iki dönem için, Kaldor ve Prebisch hipotezlerinin, Türkiye açısından planlı dönem olarak nitelenebileceğimiz 1930-1979 ve serbest piyasa ekonomisinin ön plana geçtiği 1980-2017 arası iki ayrı alt dönemde test edilmesi Türkiye'nin büyüme sürecinde sanayi sektörünün yeri ve bu iki dönemde uygulanan dış ticaret politikalarının, imalat sanayiindeki üretim, işgücü başına verimlilik ve istihdam açısından etkilerini görebilmemiz ayrı bir önem taşımaktadır. Bu analiz bize bir anlamda Türkiye için imalat sanayiindeki büyümenin sonuçlarını, Kaldor veya Prebisch hipotezlerinden hangisinin daha iyi açıklayabildiğini göstermektedir.

Model ve Ampirik Bulgular

Çalışmamızda Kaldor ve Prebisch'in imalat sanayiindeki üretim artışı, istihdam ve verimlilik artışını esas alan tartışmalı görüşleri çerçevesinde Türkiye ekonomisi için göreceli kapalı olarak nitelendirdiğimiz 1930-1979 dönemi ve liberal olarak nitelendirdiğimiz 1980-2017 dönemi üzere uygulamalı bir çalışmaya gidilmiştir. Çalışmamızın analiz kısmında Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen sınır testi (ARDL) yöntemi kullanılmıştır. ARDL yönteminin klasik eş bütünleşme yöntemlerine kıyasla üstünlüğü farklı dereceden durağan seriler arasında eş bütünleşme ilişkisinin araştırılmasına imkân vermesidir. ARDL yöntemi EKK metoduna dayanmakla birlikte, serilerden herhangi birinin 2. dereceden durağan olmaması durumunda uygulanabilmektedir. Söz konusu değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi sınamak amacıyla oluşturulan ARDL modeli aşağıdaki şekildedir.

$$\Delta E = \beta_1 + \beta_2 E_{t-1} + \beta_3 Y_{t-1} + \beta_4 P_{t-1} + \beta_5 \sum_{i=1}^m \Delta E_{t-i} + \beta_6 \sum_{i=0}^m \Delta Y_{t-i} + \beta_7 \sum_{i=0}^m \Delta P_{t-i}$$

Model 1

Modelde, Y çıktı, P ortalama işgücü verimliliği ve E istihdamı temsil etmektedir.¹⁰ Çalışmada, işgücü verimliliğindeki ve çıktıdaki artışın imalat sanayiinde istihdamdaki değişim üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla sınır testi yaklaşımı kullanılmıştır.

⁸ "24 Ocak Kararları" olarak anılan istikrar programı öncelikle piyasa ekonomisine işlerlik kazandırmayı, ihracatı artırarak dış ticaret açığını küçültmeyi ve enflasyonu aşağı çekerek büyüme hızını artırmayı hedeflemiştir.

⁹ Ancak dışa açılmanın sağlanmasında düşük ücret ve yüksek faiz politikalarıyla iç talebin kısılmasının da payı önemlidir.

¹⁰ Çalışmada kullanılan tüm veriler TÜİK veri tabanından ve TÜİK (2010, "1923-2009" raporundan elde edilmiştir. Y , imalat sanayi çıktısını temsilen GSYİH değeri olarak kullanılmıştır. Tüm değişkenler nominal değerlerinin logaritmik farkları alınarak büyüme cinsinden modele dahil edilmiştir.

1930-1979 ve 1980-2017 dönemine yönelik uzun dönem analizlerine geçilmeden önce, değişkenlerden herhangi birinin 2. dereceden durağan özellik taşıyıp-taşımadığını ortaya koymak amacıyla tüm değişkenlere ADF birim kök testi uygulanmıştır. Tablo 2’de görüldüğü üzere tüm değişkenler düzeyde durağan, Tablo 4 te ise döneme ait seriler birinci farkında durağandır.

Tablo 2. 1930-1979 Dönemi İmalat Sanayi İstihdam Modeli

ADF BİRİM KÖK TESTİ SONUÇLARI			
DÜZEY			
Değişkenler	Sabitli Model	Sabitli ve Trendli Model	Sabitsiz ve Trendsiz Model
<i>Y</i>	-3.785874 (0.0056)	-4.740025 (0.0020)	-3.587114 (0.0006)
<i>P</i>	-4.333705 (0.0011)	-5.224053 (0.0005)	-2.846139 (0.0053)
<i>E</i>	-6.524865 (0.0000)	-6.449315 (0.0000)	-5.202093 (0.0000)

Parantez dışındaki değerler ADF hesaplanan değerini, parantez içindeki değerler ise anlamlılık düzeyini göstermektedir.

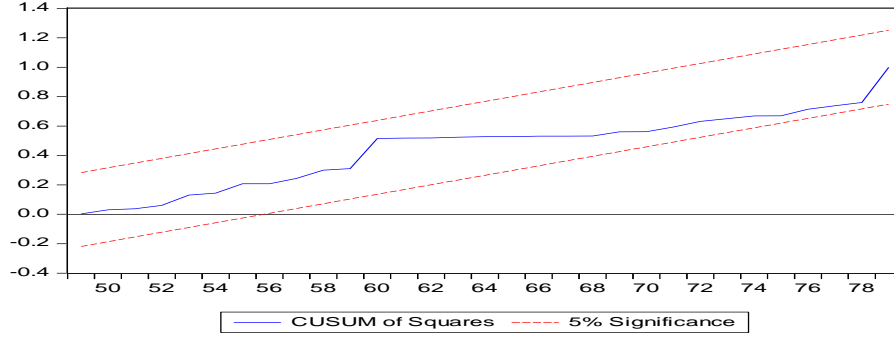
Tablo 3. 1930-1979 Dönemi İmalat Sanayi İstihdam Modeli

ARDL MODELİ (Bağımlı Değişken İmalat Sanayi İstihdam Büyüme Oranı)						
Uzun Dönem Katsayılar						
Değişken				Katsayı		t testi (Prob)
<i>C</i>				0.068842		6.169836(0.0000)
<i>Y</i>				0.260666		3.260763(0.0023)
<i>P</i>				-0.437514		-6.677130(0.0000)
F Testi				LM		ARCH
58.14008				0.8216		0.4361
%1		%5		%10		
4.695	5.758	3.368	4.178	2.788	3.513	

Modele 1942 ve 1948 yıllarına ait iki kukla dışsal olarak eklenmiştir.

ARDL sınır testi uygulanmasına yönelik ön koşul arasında 2. Dereceden tümleşik seri bulunmasıdır. Yapılan birim kök testi sonuçlarına göre kullanılan seriler arasında 2. Dereceden tümleşik bir seri bulunmamaktadır. ARDL sonuçlarına göre üç değişken arasında uzun dönemli bir ilişki belirlenmiştir.¹¹ Elde edilen uzun dönem katsayıları istatistiksel olarak anlamlıdır. Ayrıca, modelde otokorelasyon ve değişen varyans sorunu bulunmamakta ve Grafik 1’de görülen Cusum testi sonuçları açısından da elde edilen parametrelerin istikrarlı olduğu görülmektedir.

¹¹ Uzun Dönem ARDL hesapları ekte verilmiştir.



Şekil 1. CUSUM Grafiği

Tablo 4. 1980-2017 Dönemi İmalat Sanayi İstihdam Modeli

ADF BİRİM KÖK TESTİ SONUÇLARI			
DÜZEY			
Değişkenler	Sabitli Model	Sabitli ve Trendli Model	Sabitsiz ve Trendsiz Model
<i>Y</i>	-1.892744 (0.3320)	-2.409713 (0.3688)	-1.437690 (0.1380)
<i>P</i>	-1.878577 (0.3384)	-2.534423 (0.3108)	-1.277937 (0.1819)
<i>E</i>	-9.380036 (0.0000)	-9.257161 (0.0000)	-1.644423 (0.0938)
BİRİNCİ FARK			
Değişkenler	Sabitli Model	Sabitli ve Trendli Model	Sabitsiz ve Trendsiz Model
ΔY	-6.747171 (0.0000)	-6.661193 (0.0000)	-6.824672 (0.0000)
ΔP	-7.467585 (0.0000)	-7.351884 (0.0000)	-7.516227 (0.0000)
ΔE	-9.087476 (0.0000)	-9.051413 (0.0000)	-9.227885 (0.0000=)

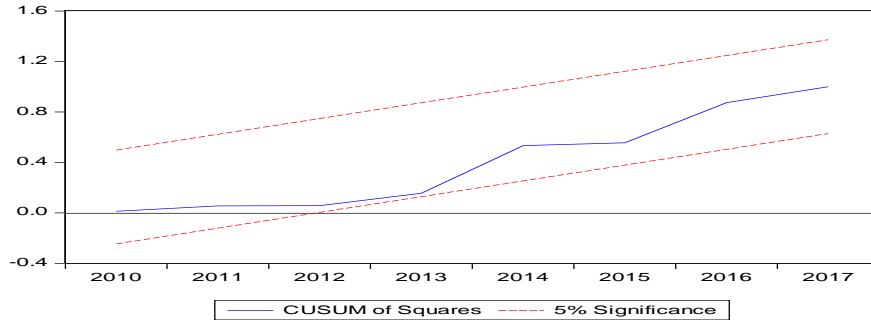
Tablo 4' te görüldüğü üzere 1980-2017 dönemine ait seriler birinci farkında durağandır.

Tablo 5. 1980-2017 Dönemi İmalat Sanayi İstihdam Modeli

ARDL MODELİ (Bağımlı Değişken İmalat Sanayi İstihdam Büyüme Oranı)					
Uzun Dönem Katsayılar					
Değişken		Katsayı		t testi (Prob)	
C		0.016883		2.683081 (0.0123)	
Y		0.150219		2.553816 (0.0166)	
P		-0.124841		-2.076462 (0.0470)	
F Testi		LM		ARCH	
35.16269		0.2388		0.1819	
% 1		% 5		% 10	
4.77	5.855	3.435	4.260	2.835	3.585

Modele 1994 ve 2009 yıllarına ait iki kukla dışsal olarak eklenmiştir.

ARDL sonuçlarına göre 1980-2017 dönemi için de üç değişken arasında uzun dönemli bir ilişki belirlenmiştir. Elde edilen uzun dönem katsayıları istatistiksel olarak anlamlıdır. Ayrıca, modelde otokorelasyon ve değişen varyans sorunu bulunmamakta ve 2. Numaralı grafikte görülen Cusum testi sonuçları açısından da elde edilen parametrelerin istikrarlı olduğu görülmektedir.



Grafik 2. CUSUM Grafiği

1930-1979 yıllarını kapsayan göreceli kapalı ve ithal ikameci politikaların ön planda olduğu dönem ile 1980-2017 yıllarını kapsayan liberal dönem için çıktıdaki bir artış ile istihdamdaki artış arasında *pozitif*, ortalama işgücü verimliliğindeki değişim ile istihdamdaki değişim arasında *negatif* bir ilişki tespit edilmiştir. Bu durum Kaldor'un yukarıda bahsedilen "imalat sektöründe yüksek bir büyüme oranı, daha yüksek bir verimlilik artışı oranına neden olmaktadır. Ancak bu sektördeki büyüme kendisinden daha hızlı bir istihdam artışına yol açmamaktadır" şeklindeki görüşünü Türkiye Ekonomisinin bu alt karakteristik dönemi açısından desteklememektedir. Bulgularımız bu dönemde Prebisch (1970) çalışmasında belirtilen ve Kaldor'un görüşlerinin ve gözlemlerinin aksine "Latin Amerika'da, özellikle imalat sanayinde emek verimliliğinin

artışı ve bu sektörde istihdamın büyümesi arasında *negatif yönde* güçlü değişimler ve çatışmalar olduğu” tezini desteklemektedir.

Sonuç

Çalışmanın amacı, Türkiye açısından 1930’larda uygulanan devletçi ekonomi politikası ve 1980’lerden sonra uygulanan daha liberal ve dışa açık ekonomik düzenlemelerden sonra imalat sanayiinde üretim artışının genel ekonomik büyüme ve istihdam artışı üzerindeki rolünü araştırmaktır. 1960’larda Kaldor, imalat sektöründe üretim, verimlilik ve istihdam artışı arasında pozitif bir düzenliliği gösteren bazı hipotezler ortaya koymuştur. Diğer taraftan Prebisch (1970), Kaldor gibi, GSYİH’nın büyümesinin, imalat sektöründe çıktı büyümesiyle pozitif olarak ilişkili olduğunu ancak Kaldor’un görüşlerinin ve gözlemlerinin aksine Latin Amerika’da, özellikle imalat sanayinde emek verimliliğinin artışı ve bu sektörde istihdamın büyümesi arasında negatif yönde bir etkileşim olduğunu öne sürmüştür. Çalışmamızda bu hipotezlerin Türkiye verileriyle test edilmesi, Türkiye’nin imalat sanayi üretimindeki büyüme sürecinin doğasını aydınlatılabileceği düşünülmektedir. Bu amaçla, farklı iktisat politikalarının uygulandığı 1930-1979 ve 1980-2017 yıllarını kapsayan bu iki alt dönemde imalat sanayiindeki büyümenin, işgücü başına verimlilik ve istihdamın büyümesi üzerinde yarattığı etkiler incelenmeye çalışılmıştır.

Bu iki karakteristik alt döneme ait ampirik bulgularımız Kaldor ve Prebisch’in görüş ayrılıklarında Prebisch’in görüşlerini destekler niteliktedir. Her iki dönemde de imalat sanayi çıktısındaki artış istihdamı etkilerken, ortalama emek verimliliği ile istihdam artışı arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Göreli kapalı ve liberal dönem olarak ayırdığımız iki dönemde de emek verimliliği istihdamı negatif yönde etkilemektedir. Tek fark emek verimliliği katsayısının istihdamı negatif yönde etkilemesinin giderek şiddetini kaybetmesidir (sırasıyla verimlilik katsayıları -0,43 ve -0,12’dir). Bu bulgular Prebisch tezini desteklerken; Casillas’ın (1993-94), Latin Amerika’nın ithal ikameci sanayileşmeye yönelik politikaların uygulandığı 1950-1968 ve 1950-75 dönemi için yaptığı ampirik çalışmanın sonucuna göre de, en azından ithal ikameci dönemde Latin Amerika için, Prebisch tezinin doğru olduğunu, istihdam ile verimlilik arasında negatif bir ilişki olduğunu ortaya koyan çalışması ile paralellik göstermektedir.

Kaynaklar

- Boratav K. ve E. Türkcan (1993). *Türkiye’de Sanayileşmenin Yeni Boyutları ve KİT’ler*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt.
- Boratav K (2016). *Türkiye İktisat Tarihi*, 22.Baskı, Ankara: İmge.
- Casillas, L.R. (1993-94). Kaldor versus Prebisch on Employment and Industrialization, *Journal of Post Keynesian Economics*, 16 (2), 269-288
- Davidson, P. (1994). *Post-Keynesian Macroeconomic Theory*, Adershot, UK: Edward Elgar.
- Durlauf S.N. ve Lawrence E.B. (Edt) (2008). *The new palgrave dictionary of economics*, (ikinci baskı), vol.1-8.

- Frankenhoff, C.A.(1962). The Prebisch Thesis: A Theory of Industrialism for Latin America, *Journal of Inter-American Studies*, 4 (2), 185-206.
- Kaldor, N. (1957). A Model of Economic Growth, *The Economic Journal*, 67 (268), 591-624.
- Kaldor, N. (1966). *Causes of the Slow Rate of Growth in the UK*, London: Cambridge University Press, reprinted in Targetti and Thirlwall (1989).
- Kaldor, N. (1967). *Strategic Factors in Economic Development*, New York State School of Industrial and Labour Relations, Cornell University.
- Kepenek Y. ve N. Yentürk (2000). *Türkiye Ekonomisi*, İstanbul: Remzi.
- Lorentz A. (2009). Evolutionary Micro-founded Technical Change and The Kaldor-Verdoorn Law: Estimates from an Artificial World, *The Papers on Economics and Evolution*.
- Love L. J. (2009). The Roots of Unequal Exchange: Mihail Manoilescu and the Debate of the 1930's, 103-118, *Ragnar Nurkse (1907-2007). Classical Development Economics and its Relevance for Today*, Rainer Kattel, Jan A. Kregel & Erik S. Reinert (Ed.), doi:10.7135/UPO9781843318194.007 [erişim 27 Mayıs 2019].
- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationship, *Journal of Applied Econometrics*,16 (3), 289-326.
- Prebisch R. (1950). The Economic Development of Latin America and it's Pricipal Problems, Economic Comission for Latin America, United Nations Department of Economic Affairs, New York.
- Prebisch R. (1970). Change and Development Latin America's Great Task Report, Submitted to the Inter-American Development Bank, Director-General of the Latin American Institute for Economic and Social Planning, United Nations Santiago, Chile.
- Storm, S. (2017). The Political Economy of Industrialization, Introduction to Development and Change Virtual Issue, *Development and Change*,1-19 International Institute of Social Studies, doi: 10.1111/dech.12281.
- Toye J. ve R.Toye (2006). *Raul Prebisch and the Limits of Industrialization, Raul Prebisch, Power Principle and the Ethics of Development* içinde, Chp.3, Edgar J. Dosman (Ed.), Inter American Development Bank, Integration and Regional Programs Department.
- Yeldan, E. (2010). *İktisadi Büyüme ve Bölüşüm Teorileri*, Ankara: Efil.

EKLER

Ek 1. 1930-1979 Dönemi Uzun Dönem ARDL (1, 3, 0) Tahmin Sonuçları		
Değişken	Katsayı	t testi (Prob.)
<i>C</i>	0.0681	6.0388 (0.0000)
<i>E_{t-1}</i>	0.0098	0.1299 (0.8973)
<i>Y</i>	0.2317	3.8040 (0.0005)
<i>Y_{t-1}</i>	0.0640	1.7497 (0.0882)
<i>Y_{t-2}</i>	0.0018	0.0504 (0.9600)
<i>Y_{t-3}</i>	-0.0394	-1.1940 (0.2399)
<i>P</i>	-0.4332	-7.6094 (0.0000)
<i>D1</i>	-0.2470	-5.3984 (0.0000)
<i>D2</i>	-0.1339	-2.7427 (0.0092)

D1 ve D2 kuklaları sırasıyla 1942 ve 1948 yıllarına aittir.

Ek 2. 1980-2017 Dönemi Uzun Dönem ARDL (1, 1, 2) Tahmin Sonuçları		
Değişken	Katsayı	t testi (Prob.)
<i>C</i>	0.0229	2.6260 (0.0141)
<i>E_{t-1}</i>	-0.3565	-3.0591 (0.0050)
<i>Y</i>	0.0713	1.2150 (0.2349)
<i>Y_{t-1}</i>	0.1323	2.2258 (0.0346)
<i>P</i>	0.0133	0.2239 (0.8245)
<i>P_{t-1}</i>	-0.1297	-2.2289 (0.0343)
<i>P_{t-2}</i>	-0.0529	-1.3979 (0.1735)
<i>D1</i>	-0.1093	-4.4211 (0.0001)
<i>D2</i>	-0.0795	-3.2756 (0.0029)

D1 ve D2 kuklaları sırasıyla 1994 ve 2009 yıllarına aittir.

ULAŞIM AĞLARINDA BENZETİM YARDIMIYLA ARZ PLANLAMASI: KİLİS - GAZİANTEP ÖRNEĞİ

Mehmet ÖZÇALICI¹
Ayşe Tuğba DOSDOĞRU²
Aslı BORU İPEK³
Mustafa GÖÇKEN⁴

ÖZ

Bu çalışmada, Kilis – Gaziantep karayolu yolcu taşıma faaliyeti benzetim yardımıyla incelenmiştir. Faaliyetin iyi yönetilmediği durumlarda araçlar iki şehir arasında boş sefer düzenlemekte ve bu durum bir maliyet unsuru olduğu gibi, çevreye de zarar vermektedir. İncelenen benzetim modelinde, müşteriler arası varış süresi detaylı bir şekilde modellenmiştir. Oluşturulan talep modelini kullanmak suretiyle, rastgele varış süreleri üretilmiş ve yıl içerisinde toplam sefer sayısı, müşterilerin bekleme süreleri ve araçların bir sonraki sefer için bekleme süreleri benzetim suretiyle incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar ulaşım ağının etkin yönetilmesini sağlayacak bilgiler içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Ulaşım Ağları, Benzetim, Yöneylem Araştırması

SUPPLY PLANNING IN TRANSPORTATION NETWORKS VIA SIMULATION: THE CASE STUDY OF KİLİS – GAZİANTEP

ABSTRACT

In this study, Kilis – Gaziantep highway passenger transportation activity is examined with simulation analysis. When the operation is not managed well, deadheadings which means cost and harm to the environment occurs. A simulation model is created with the help of a detailed inter-arrival rate of passengers. Random inter-arrival time of passengers is produced. As a result, total number of runs, standby time of passengers and waiting times for vehicles for the next run is examined by simulation analysis. Results include useful information to ensure effective management of the transportation network.

Keywords: Transportation Networks, Simulation, Operations Research

Giriş

Ulaştırma sektörü dünyadaki birçok ülke için olduğu gibi, Türkiye için de son derece önemli sektörlerdendir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre (TUİK, 2017), 2016 yılında, Ulaştırma ve depolama sektörünün Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki

¹ Doç.Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, mozcatici@kilis.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0384-6872.

² Dr. Öğr. Üyesi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, adosdogru@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1548-5237.

³ Arş. Gör, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, aboru@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6403-5307.

⁴ Doç. Dr., Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, mgocken@atu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1256-2305.

Received/Geliş: 26/12/2018 Accepted/Kabul:01/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Özçalıcı, M., Dosdoğru, A.T., İpek Boru, A. ve Göçken, M., (2019), “Ulaşım Ağlarında Benzetim Yardımıyla Arz Planlaması: Kilis-Gaziantep Örneği”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.149-161

payı %7,56 oranındadır. Toplam istihdamın %4,4'ü ulaştırma ve depolama alanına aittir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü verilerine göre (GTB, 2017) ise sayısı en çok artan meslekler arasında minibüsçülük 2016 yılında on birinci sırayı almaktadır. Meslek koluna göre işyeri sıralamasında, minibüsçülük 110252 işyeri ile ikinci sırada yer almaktadır. 2016 yılında minibüsçülük mesleğine 802 tescil gerçekleştirilmiştir. Bu istatistikler minibüsçülüğün Türkiye ekonomisi içinde belirli bir ağırlığa sahip olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada Kilis – Gaziantep arası yolcu taşımacılığı benzetim modeli oluşturulmuştur. Kilis, Gaziantep'in bir ilçesi iken, 10 Haziran 1995 yılında il olmuştur. 136319 nüfusa (TUİK, 2017) sahip Kilis ilinin sadece Gaziantep ile sınırı bulunmaktadır. Bu durum Kilis'te ikamet edenler için Gaziantep'in önemini vurgulamaktadır. Başka bir açıdan bakıldığında ise, Kilis'e ulaşım ağırlıklı olarak Gaziantep üzerinden gerçekleştirilmektedir. Kilis - Hatay arasında da karayolu bulunmaktadır. Ancak bu mesafe 119 km'dir (Gaziantep ile olan mesafeden daha uzak - yaklaşık iki katı) ve yolun yapısı iyi durumda değildir. Başka bir ifade ile Kilis'e gitmek isteyen bir kişinin olası yolları sıralanırsa; Hatay üzerinden gidilebilir (yolu uzatmak anlamına geldiği için tercih edilmez), özel araç ile gidilebilir, direkt Kilis'e bilet alabilirler ya da Gaziantep'e gelip, Kilis'e minibüs ile gidebilirler.

2007 yılında Kilis 7 Aralık Üniversitesi'nin kurulması ile birlikte, iki şehir arasında yolculuk edenlerin sayısında da artış yaşanmıştır. TÜİK'ten alınan verilere göre 2016-2019 periyodunda net göç hızı Kilis için %0,11 olarak hesaplanmıştır (TUİK, 2017). Tanımlayıcı nitelikte olan bu bilgiler, iki şehir arasında yolcu taşıyacak olan işletmenin, ulaşım ağını iyi bir şekilde planlaması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. İşletmenin kaç araç ile taşıma faaliyetlerini gerçekleştirmesi gerektiği, bölgelerde kaç araç bulunması gerektiği ve benzeri konular işletmenin karlılığı üzerinde doğrudan etkiye sahiptir.

Kilis - Gaziantep arası karayolu yolcu taşımacılığı eski tarihlerde, birbirinden bağımsız minibüs sahipleri tarafından gerçekleştirilmekteydi. Daha sonra, bağımsız olan bu minibüsler, bir kooperatif altında birleşti ve uzun yıllar tek işletme olarak yolcu taşımalarına devam etti. Yakın zamanda ise benzer servis anlayışına sahip bir işletme daha kuruldu. Yolcu taşımacılığı, 16 yolcu taşıma kapasitesine sahip minibüsler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Ulaşım ağlarında benzetim ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, araçların hareket saatlerinin belirli olduğu ulaşım ağı modellerinin incelendiği görülmektedir (Berdai vd., 2002; Bohari, Bachok, ve Osman, 2014, s. 542-552; Fernández, 2010; Guimarães vd., 2018, s. 732-752; Gültekin ve Eren, 2014, s. 235-242; Meignan, Simonin, ve Koukam, 2007, s. 659-671; Pekel ve Soner Kara, 2015; Sebastiani, Luders, ve Fonseca, 2016, s. 2777-2786). Bu çalışmada ise, incelenen modellerin aksine, araçların belirli bir hareket saatinin olmadığı bir ulaşım modeli tanıtılmakta ve incelenmektedir. Araçların hareket saatinin belirli olmadığı ulaşım ağı modellerinin incelenmesi için matematiksel modellerin uygun olmayacağı açıktır. Bu gibi belirsizliğin hâkim olduğu modellerin benzetim yardımıyla incelenebileceği ifade edilebilir.

Çalışmada incelenen ulaşım ağının en önemli unsuru talep, başka bir ifade ile müşteriler arası varış süresidir. Çünkü bir aracın hareket etmesi tamamen talebe bağlıdır. Çalışmada ilk olarak müşteriler arası varış süreleri belirlenmiş, bu süreler gerçek veriler yardımıyla doğrulanmış ve daha sonra, benzetim analizi gerçekleştirilmiş ve ortaya çıkan

araç hareketleri ve bekleme süreleri incelenmiştir. Farklı araç bileşenleri ile benzetim tekrarlanmış ve bu şekilde en uygun araç bileşeni belirlenmiştir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Bu giriş bölümünden sonra, ikinci bölümde konu ile ilgili önceki yapılmış çalışmalar özetlenmiştir. Üçüncü bölümde uygulama ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise benzetim sonuçları raporlanmıştır. Beşinci bölüm ise sonuç ve tartışmaya ayrılmıştır.

Ulaşım Ağlarında Benzetim Kullanımı

Benzetim tekniği birçok ulaşım ve işletmecilik alanında başarı ile uygulanmaktadır. Benzetim tekniğinin ulaşım problemlerine uygulandığı çalışmalar; karayolu, demiryolu ve deniz yolu olmak üzere üç başlık altında toplanabilir. Aşağıda karayolunda benzetim çalışmalarını uygulayan çalışmalar özetlenmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, ulaştırma alanında gerçekleştirilen çalışmalar hakkında literatür tarama makaleleri de yer almaktadır. Örneğin Lojistik ve Tedarik Zinciri kapsamında kesikli olay benzetimi ve sistem dinamiklerini gerçekleştiren çalışmalar Tako ve Robinson'un çalışmasında gözden geçirilmiştir (Tako ve Robinson, 2012, s. 802–815). Farklı türleri içeren yük taşımacılığı sistemleri üzerine yapılan çalışmalar için bir sınıflandırma da geliştirilmiştir (Crainic, Perboli, ve Rosano, 2018, s. 401–418).

Karayolu Ulaşımında Benzetim Analizi

Şehir içi yolcu taşımacılığının optimize edilmesine ait çalışmalardan birisi Yılmaz ve arkadaşlarına aittir (Yılmaz, Taşkın, ve Gümüş, 2014, s. 105–137). Çalışmada Sakarya'da şehir içi yolcu taşımacılığını gerçekleştiren sistemin aksaklıkları göz önüne serilmiş ve yeni tip otobüslerin alınması durumunda durumun nasıl en uygun olacağına ilişkin hesaplamalar yapılmıştır. Benzetim analizi, kamuya ait ulaşım sistemlerinde, iki otobüs arasındaki transfer süresinin minimum kılmak için de kullanılmıştır (Berdai vd., 2002). Meignan ve arkadaşları, kent içi otobüs ağlarının benzetimini ve analizini gerçekleştirmişlerdir (Meignan, Simonin, ve Koukam, 2007). Fransa'da yer alan Belfrot şehrine ait verileri kullanmak suretiyle önerdikleri yöntemi denemişlerdir. Sonuçların şehir yetkilileri tarafından, ulaşım sistemlerinin tasarımında kullanılabileceğini ifade etmektedirler. Birçok mikroskobik trafik benzetiminde otobüs duraklarının ana benzetiminin bir parçası olarak modellendiği ifade edilmekte ve yazarlar durak faaliyetlerinin kendilerine ait varış ve ayrılış özelliklerinin modellenmesi gerektiğini ifade etmektedirler. Fernandez, trafik analizi çerçevesinden, kamu taşıma araçlarının durakları mikroskobik benzetime tabi tutmuştur (Fernández, 2010, s. 856–868). Farklı taşıma problemlerinin çözümü için benzetim tabanlı bir optimizasyon tekniği ise Osorio ve Bierlaire'nin çalışmasında önerilmektedir (Osorio ve Bierlaire, 2013, s. 1333–1345). Benzetim tekniğinde, analitik kuyruk ağ modeli de kullanılmaktadır. İsveç'teki Lausanne şehri için trafik sinyal kontrol problemi dikkate alınmıştır. Önerdikleri modelin ortalama seyahat zamanını azalttığını ifade etmektedirler.

Pekel (2015), İstanbul'daki metrobüs hattında müşterilerin memnuniyetini artırmak için benzetim çalışması gerçekleştirmiştir (Pekel, 2015). Farklı senaryolar geliştirilmiş ve bunların olası etkileri benzetim analizi yardımıyla belirlenmiştir. Yine İstanbul'da Metrobüs hattı için benzetim tabanlı bir çizelgeleme Pekel ve Soner Kara tarafından uygulanmıştır (Pekel ve Soner Kara, 2015, s. 66–76). Farklı senaryolar geliştirilmiş ve bu senaryolar benzetim analizine tabi tutulmuştur. Sonuçta en iyi senaryo belirlenmiş ve yöneticiler için öneriler sunulmuştur. Bolkovska ve Petuhova (2016)

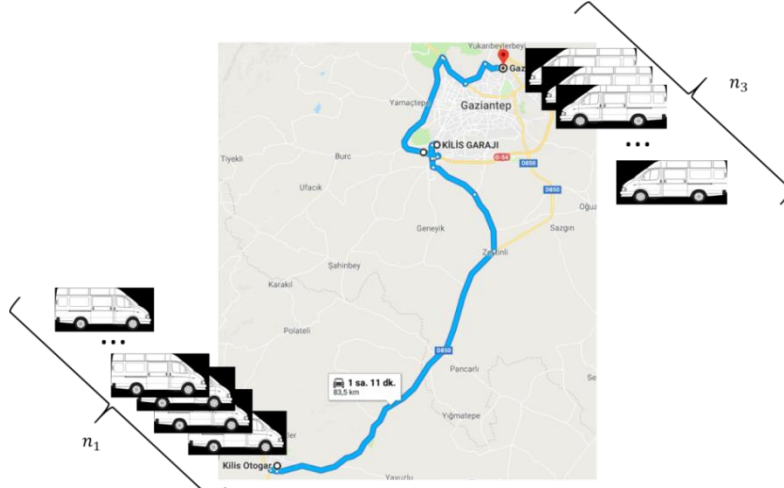
Letonya'da yer alan şehirler için birden çok araç çeşidini içeren taşımacılık sistemini benzetim yardımıyla test etmişlerdir (Bolkovska ve Petuhova, 2016, s. 530–538). Önerilen sistem, tren ve uluslararası otobüs için test edilmiştir. Çalışmanın sonunda çeşitli öneriler yer almaktadır. Kent içi ulaşımda kullanılan elektrikli otobüslerin enerji kullanımları kesikli olay benzetimine tabi tutulmuştur (Sebastiani, Luders, ve Fonseca, 2016, s. 2777–2786). Çalışmalarında matematiksel modeller yardımıyla dolun istasyonu sayısı ve ortalama dolun süresini minimum kılacak çözümler önerilmiştir. Abid ve Hussain, benzetim yardımıyla ulaşım ağı planlaması gerçekleştirmişlerdir (Abid ve Hussain, 2017, s. 272–279). Irak'ta yer alan Mansur şehri için trafik yoğunluğunu azaltacak önerilerde bulunmuşlardır. İstanbul'da yer alan Altunizade'nin trafiği için benzetim çalışması Batur ve Koç tarafından gerçekleştirilmiştir (Batur ve Koç, 2017, s. 20–35.). Farklı senaryolar benzetime tabi tutulmuştur. İstanbul'da yaşayanların katıldığı bir anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Özel bir benzetim programı kullanmışlardır. Farklı bir karayolu ulaşım sistemi ise Archetti ve arkadaşlarının çalışmalarında önerilmiş ve benzetim yardımıyla analize tabi tutulmuştur (Archetti, Speranza, ve Weyland, 2018, s. 1137–1161). Önerilen sistemde minibüslerin sabit durakları ve hareket saatleri yoktur. Yolcular, yolculuğun başlama ve bitiş saatini ve yeri ile ilgili iletişimde bulunmaktadır ve şartlar uygun olduğunda minibüsü kullanmaktadır. Benzetimde farklı alternatifler göz önünde bulundurulmuştur.

Benzetim Analizi

Benzetim gerçek hayat faaliyetlerinin bilgisayar ortamında taklit edilmesidir (Banks vd., 2014). Gerçek bir sistemin işleyiş karakteristiği hakkında çıkarımlarda bulunmak için, sistemin yapay bir tarihçesi oluşturulmaktadır. Ulaşım ağları için benzetim kullanıldığında ise, çeşitli senaryoların işletme faaliyetleri üzerindeki olası etkileri incelenebilir. Örneğin işletme araç sayısını düşürmek veya yükseltmek istiyorsa, bu durumların müşterilerin bekleme sürelerine, araçların yoğunluğuna vb. etkileri benzetim yardımıyla, gerçek yatırım gerçekleştirilmeden önce incelenebilir.

Çalışmanın Modeli

Çalışmanın modeli Şekil 1'de yer almaktadır. Bir işletmenin iki farklı bölgede araçları bulunmaktadır (n_1 ve n_3). Çalışmada ulaşım ağının benzetimini uygulamak için MATLAB yazılımı kullanılmıştır.



Şekil 1. Çalışma modeli [www.google.com.tr/maps]

İşletmenin üç farklı yerde şubesi bulunmaktadır. İşletmenin karargâhı Kilis Otoparkta yer almaktadır. Çalışmanın genelinde kolaylık sağlamak adına Kilis Otoparkı, birinci bölge olarak adlandırılmıştır. Gaziantep'te ise iki ayrı şubeden araçlar hareket etmektedir. Bu şubelerden birisi, Gaziantep Üniversitesi civarında bulunan bölgedir. Bu bölge, çalışma genelinde ikinci bölge olarak adlandırılmıştır. Gaziantep'teki diğer hareket noktası ise Gaziantep Otoparkı'dır ve burası çalışma genelinde üçüncü bölge olarak adlandırılmıştır. Birinci bölgeden üçüncü bölgeye ulaşım çevre yolundan sağlanmaktadır. Söz konusu mesafe 83 km'dir ve ulaşım yaklaşık olarak 1 saat 15 dakika sürmektedir. Birinci bölge ile ikinci bölge arası 55.3 km'dir ve ulaşım ortalama 44 dakika sürmektedir.

Talebin Yapısı

Dikkate alınan ulaşım modelinde, talebin belirsizliği önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Yolcuların araca varış süreleri dalgalanma arz etmektedir. Söz konusu ulaşım modelinde araçların hareket etmesi, aracın tam kapasiteye ulaşmasına bağlı olduğundan benzetim modelinde yolcular arası varış süresinin belirlenmesi gerekmektedir.

Yolcuların kaç dakikada bir minibüse vardıkları hakkında bir kayıt bulunmamaktadır. Bu nedenle de müşteriler arası varış süreleri yazar ve görüşme yapılan muavinler tarafından belirlenmiştir. Makalemizin birinci yazarı, lisansüstü eğitimi boyunca yaklaşık yedi yıl boyunca haftada en az bir kere Kilis - Gaziantep arası yolculuğu söz konusu minibüslerle gerçekleştirmiştir. Bu nedenle talebin yapısı hakkında yeterli düzeyde gözlem gerçekleştirmiştir.

İkinci bölgede bir tane ve diğer bölgelerde ikişer tane muavin bulunmakta olup muavinler araçlar hareket etmeden önce yolculuk ücretini toplamaktadırlar. Bu nedenle muavinler araçların hareketleri hakkında bilgi sahibidirler (günde kaç tane araç hareket etti, vb). Muavinler ile gerçekleştirilen sözlü görüşmeler neticesinde talep hakkında bazı bilgiler toplanmıştır. Buna ek olarak daha uzun süreler boyunca bu güzergâhta hareket eden yolcular ile de görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Müşteriler arası varış süresi için herhangi bir teorik olasılık dağılımı tercih edilmemiştir. Bunun yerine görüşmeler sonucu oluşturulan varış süreleri değerleri kullanılmıştır. Görüşmeler neticesinde Nisan, Mayıs, Haziran ve Eylül, Ekim, Kasım aylarında seferlerin daha yoğun, geriye kalan; Ocak, Şubat, Mart, Temmuz, Ağustos aylarında ise faaliyetlerin daha az yoğun (durgun) olduğu belirlenmiştir. Gününbirlik yapılan yolculuklar nedeniyle gün içerisinde bazı saatlerde yoğunluk yaşandığı belirlenmiştir. Bu saatler hafta içi için; 5:00 ve 8:00 arası ve 11:00 ve 13:00 arasındır. Hafta sonları ise 05:00 ve 08:00 arası yoğunluk gözlenmektedir. Bu bilgiler ışığında, üç farklı güzergâh için (Kilis - Gaziantep, Gaziantep Otogar - Kilis ve Gaziantep Üniversite - Kilis) müşteriler arası varış sürelerine ilişkin değerler oluşturulmuş ve bu değerler Tablo 1’de listelenmiştir.

Talebin yapısı Tablo 1’de yer aldığı gibidir. Örneğin, Kilis - Gaziantep seferleri (birinci bölge) için, yoğun aylarda, hafta içi, yoğun saatlerde on tane müşterinin beş tanesinin bir dakika arayla, üç tanesinin iki dakika arayla ve son olarak da iki tanesinin üç dakika arayla minibüse varması beklenmektedir. Aynı zaman dilimi için Gaziantep Otogar - Kilis arası (üçüncü bölge) için ise altı tane müşteriden birisinin bir dakika içinde, üç tanesinin iki dakika arayla ve iki tanesinin de üç dakika ara ile minibüse varması beklenmektedir. Diğer durumlar için müşteriler arası varış süresi ve sıklıkları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Yolcu varışları arası süreleri

		Varışlar Arası Süre Dakika	Birinci Bölge Frekans	İkinci Bölge Frekans	Üçüncü Bölge Frekans
Yoğun Ay	Hafta içi	1	5	5	1
		2	3	8	3
		3	2	9	2
		4	-	6	-
		5	-	5	-
	Yoğun Olmayan Saat	1	3	5	1
		2	5	8	4
		3	2	9	3
		4	-	6	-
		5	-	5	-
	Hafta Sonu	1	11	5	1
		2	9	8	3
		3	-	9	2
		4	-	6	-
		5	-	5	-
Yoğun Olmayan Saat	1	2	5	1	
	2	3	8	4	
	3	5	9	3	
	4	-	6	-	
	5	-	5	-	
Yoğun Hafta İçi	1	3	4	1	
	2	4	7	4	
	3	3	9	5	

Hafta Sonu	Yoğun Olmayan Saat	4	-	6	-
		5	-	5	-
		1	1	4	1
		2	5	7	7
		3	4	9	9
	Yoğun Saat	4	-	6	-
		5	-	5	-
		1	3	4	1
		2	6	7	4
		3	1	9	5
	Yoğun Olmayan Saat	4	-	6	-
		5	-	5	-
		1	1	4	1
		2	2	7	7
		3	2	9	9
		4	-	-	
		5	-	-	

Çalışmada 2019 yılı için zamanın özelliğine bağlı olarak tablodaki değerleri kullanmak suretiyle müşteriler arası varış süresi rastgele üretilmektedir. Yoğun ay - yoğun olmayan ay, hafta içi - hafta sonu, yoğun saat - yoğun olmayan saat gibi özellikler dikkate alınmakta ve ilgili frekans dağılımı rastgele varış süresini oluşturmak için kullanılmaktadır.

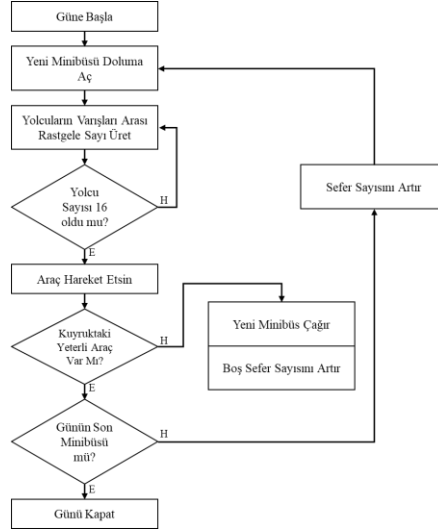
Örneğin, 20 Temmuz 2019 Cumartesi, saat 14:00 da birinci bölgede müşteriler arası rastgele varış süresi üretmek için Tablo 2'deki gibi dağılım kullanılmaktadır. Temmuz ayı yoğun olmayan bir ay niteliğindedir, Cumartesi hafta sonu ve saat 14:00 da birinci bölge için yoğun olmayan bir saat dilimidir. Bu koşulu sağlayan uygun frekans dağılımı Tablo 2'deki gibi rastgele sayı aralığına dönüştürülmektedir. Eğer rastgele sayı 0.458 (0.896) olarak üretilmişse, bu durumda söz konusu zaman dilimi için sisteme ikişer (üçer) dakika ara ile iki müşterinin gelişi planlanmaktadır.

Tablo 2: Örnek bir varış süresi hesaplama

Varış Süresi (dk)	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde	Sayı Aralığı
1	1	0.2	0.2	$0.0 < x \leq 0.2$
2	2	0.4	0.6	$0.2 < x \leq 0.6$
3	2	0.4	1.0	$0.6 < x \leq 1.0$

İşletme Faaliyetleri ve Varsayımlar

Şekil 2'de sıradan bir günde gerçekleştirilen faaliyetler özetlenmiştir. Her bölgenin güne başlama saatleri farklıdır. Buna rağmen faaliyetler ana hatları ile şekilde görüldüğü gibidir. Güne başladığında, sıradaki araç faaliyete açılmakta ve yolcuların araca varmaları beklenmektedir. Yolcu sayısı 16 olduğunda, araç hareket etmekte ve kuryukta yeteri kadar araç olup olmadığı kontrol edilmektedir. Gerektiği durumda karşı taraftan araç çağrılmaktadır. Eğer araç, günün son aracı ise, araç dolduğunda hareket etmekte ve o günlük faaliyetler sona ermektedir.



Şekil 2. Tipik bir günde işletme faaliyetleri

Çalışmada incelenen ulaşım ağı ile ilgili varsayımlar aşağıdaki gibi listelenmiştir:

- Birinci Bölgede hafta içi 5:20 ile 20:30 arası, hafta sonu ise 5:45 ile 20:30 arasında seferler düzenlenmektedir (Gerçek çalışma saatleri)
- İkinci Bölgede 6:45 ile 19:00 arası seferler bulunmaktadır (Gerçek çalışma saatleri)
- Üçüncü Bölgede 6:45 ile 22:30 arası seferler bulunmaktadır (Gerçek çalışma saatleri)
- Araçlar standarttır ve 16 kişi taşıyabilmektedir.
- Birinci bölgeden hareket eden her araç ilk olarak ikinci bölgeye uğramakta, daha sonra üçüncü bölgeye hareket etmektedir. Çalışmada kolaylık sağlaması açısından, ikinci bölge ile üçüncü bölge arasındaki mesafe göz ardı edilmiştir.
- Araçlar, tamamen dolunca hareket etmektedir. Başka bir ifade ile araca 16 yolcu binmediği sürece araçlar hareket etmemektedir.
- On altıncı müşteri geldiği zaman araç hareket etmektedir (Muavinlerin para toplamak için ek süre kullanmadıkları varsayılmaktadır).
- Bir araç karşı tarafa gittiği zaman (yolculuk süresi 85 dakikadır) kuyruğun sonunda tekrar sıraya girmektedir.
- Birinci bölgede kuyruktaki üç veya daha az sayıda araç bulunduğu durumda, talebi karşılamak adına üçüncü bölgeden araç çağrılmaktadır ve bu sefer boş sefer olarak adlandırılmaktadır.
- İkinci bölge, üçüncü bölgeye yakın olduğundan ve talep görece az olduğundan araçlar üçüncü bölgeden çağrılmaktadır. Araç ihtiyacı olduğu zaman, üçüncü bölgeden sıradaki araç çağrılmaktadır. Sıradaki aracın üçüncü bölgeden ikinci bölgeye hemen ulaşabildiği varsayılmaktadır.

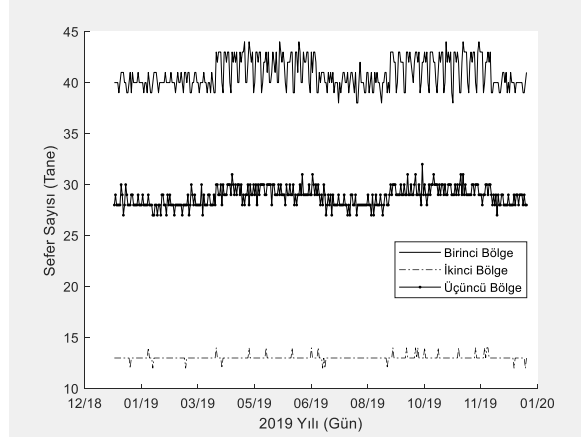
- Üçüncü bölgede kuyrukta beş veya daha az araç bulunduğu durumlarda, talebi karşılamak adına birinci bölgeden araç talep edilmekte ve bu sefer boş bir sefer olarak tanımlanmaktadır.
- Organizasyonun diğer faaliyetleri göz ardı edilmiştir. Örneğin müşteriler talep ettikleri takdirde araç kiralayabilmektedir. Bu seferler çalışmada göz ardı edilmiştir.
- Bu çalışma için, yılbaşında, araç bileşeni ile faaliyetlerin başlamakta olduğu kabul edilmektedir. Örneğin 1 Ocak 2019 tarihinde, 31 Aralık'tan kuyrukta yer alan araçlar dikkate alınmamakta ve yeni bir başlangıç yapıldığı varsayılmaktadır.
- Yolcuların kuyruktan ayrılması gibi bir olasılık söz konusu değildir. Başka bir ifade ile kuyrukta beklemekten vazgeçme dolayısıyla talep kaybı mümkün değildir.
- Çalışma saatleri dışına çıkmışsa, cari araç dolduğu zaman araç hareket etmekte ve o güne ilişkin faaliyetler son bulmaktadır.
- Her araca bir sürücü atanmıştır. Sürücülerin yetenekleri arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

Benzetim Sonuçları

İşletmeden elde edilen bilgilere göre birinci bölgede 30 tane ve ikinci bölgede de 20 tane araç bulunmaktadır. 1 Ocak 2019 tarihinde Kilis'te 30 araba ve Gaziantep'te 20 araç varsayımıyla gerçekleştirilen benzetim sonuçlarına bu bölümde yer verilecektir. Benzetimin tamamlanması $987/60=16,45$ dakika sürmektedir. 525300 satırdan ve 36 sütundan oluşan bir tablo oluşturulmuştur. Benzetim sonuçları hem arz yanlı hem de talep yanlı değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

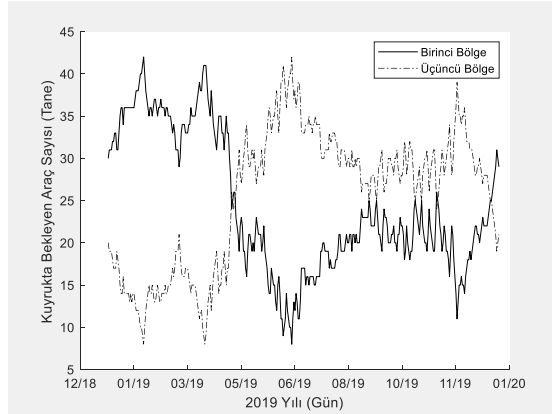
Arz Yönlü Değerlendirmeler

Benzetim sonuçlarına göre, birinci bölgede araç kalmadığından yıl içinde 6 araç üçüncü bölgeden birinci bölgeye boş sefer düzenlemek durumunda kalacaktır. Birinci bölgeden üçüncü bölgeye ise boş sefer düzenlemeye gerek duyulmamaktadır. Birinci bölgeden 14553 sefer, ikinci bölgeden 4389 sefer ve üçüncü bölgeden 10157 sefer düzenleneceği ortaya çıkmaktadır. 2019 yılı için benzetim sonucu elde edilen günlük araç sayıları Şekil 3'de yer almaktadır. Şekilde yatay eksen, 2019 yılı günleri ve dikey eksen de sefer sayıları yer almaktadır. Şekilde yoğun ve yoğun olmayan ayların sefer sayıları üzerindeki etkileri gözlenebilmektedir.



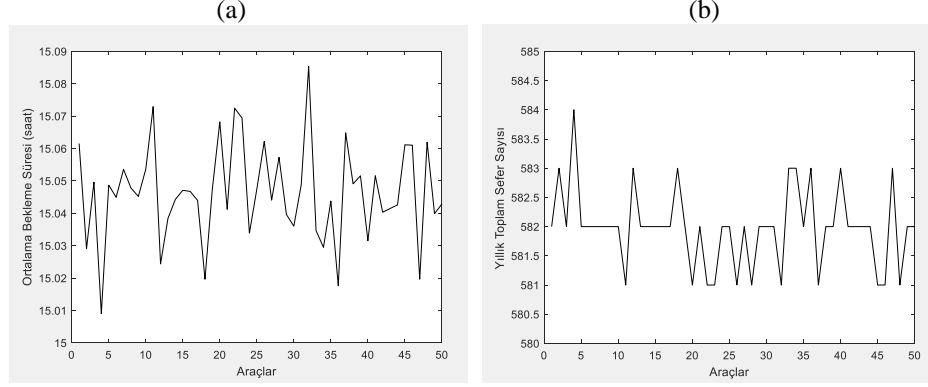
Şekil 3. Bölgelerden günlük sefer sayıları

Benzetim periyodu boyunca kuyrukta bekleyen araç sayıları Şekil 4'te görüldüğü gibidir. İlk beş ay boyunca birinci bölgede kuyrukta bekleyen araç sayısı, üçüncü bölgede kuyrukta bekleyen araç sayısından daha fazla iken, Kasım ayının sonuna kadar, üçüncü bölgede kuyrukta bekleyen araç sayısı birinci bölgedekinden daha fazla olacaktır.



Şekil 4. Birinci ve üçüncü bölgelerde kuyrukta bekleyen araç sayıları

Sürücülerin endişelendiği konulardan birisi de bir sürücünün bir sonraki sefer için ortalama kaç saat bekleyecektir. Toplam 50 aracın bir sonraki sefer için saat bazında bekleme sürelerine Şekil 5 (a)'da yer verilmiştir. 2019 yılı için gerçekleştirilen benzetim sonuçları ile çizilen şekilde yer aldığı üzere, sürücüler bir sonraki sefer için ortalama olarak 15 saat beklemektedir. Benzetim sonuçlarına göre her bir aracın 2019 yılında gerçekleştirecekleri sefer sayıları da hesaplanmıştır. 50 aracın yıl içinde toplam kaç sefer düzenledikleri Şekil 5 (b)'de yer almaktadır. Araçlar yıl içinde ortalama 582 sefer gerçekleştirmektedir. Bu durum günde yaklaşık $582/365=1.594$ sefere denk gelmektedir.



Şekil 5. (a) Araçların bir sonraki sefer için ortalama bekleme süreleri (b) Araçların yıl içinde toplam sefer sayıları

Talep Yönlü Değerlendirmeler

Her bölgede müşterilerin bekleme sürelerine ait hesaplama sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. On altıncı müşteri geldiği zaman araç hareket ettiği varsayımından dolayı minimum bekleme süresi sıfır olarak hesaplanmaktadır. Birinci bölge, faaliyetlerin en yoğun olduğu bölge olması nedeniyle bir yolcu yıl içinde en fazla yarım saat beklemektedir. İkinci bölge ise faaliyetlerin en az olduğu bölgedir. Benzetim sonuçlarına göre, 2019 yılı için ortalama bekleme süresi yarım saat, en uzun bekleme süresi ise 78 dakika olarak hesaplanmıştır. Üçüncü bölgede ise müşteriler ortalama yirmi dakika beklemekte olup en uzun bekleme süresi 50 dakika olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Yolcuların bekleme süreleri istatistikleri

	Birinci Bölge	İkinci Bölge	Üçüncü Bölge
En az (dk)	0	0	0
En Fazla (dk)	29	78	50
Ortalama (dk)	11,2727	31,8699	17,2619

Tablo 4'te ise, benzetimin, bölgelere göre taşınan toplam yolcu sayılarına ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Yolcuların bekleme sürelerine farklı bir açıdan bakabilmek için 15 dakika ve üzeri bekleyen yolcu istatistikleri de hesaplanmıştır. Birinci bölgede müşterilerin %33,53'ü, ikinci bölgede müşterilerin %78,74'ü ve üçüncü bölgede ise müşterilerin %57,93'ü, 15 dakika veya daha uzun süre aracın hareket etmesini beklemektedir.

Tablo 4. Toplam Yolcu Miktarı ve Bekleme Süreleri

	Birinci Bölge	İkinci Bölge	Üçüncü Bölge	Toplam
Toplam Taşınan Yolcu Sayısı (a)	100625	65835	97142	263602
15dk ve üzeri bekleyen yolcu sayısı (b)	33740	51839	56270	141849
(a)/(b)	0.3353	0,7874	0,5793	0.5381

Sonuç

Türkiye'de ulaşım sektörü, ülke ekonomisinde önemli yere sahip sektörlerden biridir. Bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin faaliyetlerini sürdürmek için ihtiyaç duydukları düzenli kar miktarını sağlamaları, oldukça kısıtlı bir alanda mümkündür. Rekabetin yoğun olması bilet fiyatlarının neredeyse sabit tutulmasına neden olmaktadır. Öte yandan artan akaryakıt fiyatları işletmeler için önemli bir maliyet unsuru olmaktadır. Bu durumda işletmeler, ihtiyaç duydukları kar miktarını, faaliyetlerini optimize etmeye odaklanmak suretiyle gerçekleştirebilirler. İyi planlanmış bir ulaşım ağı, maliyetleri düşürmenin yanı sıra işletmenin sorunsuz bir şekilde yönetilmesini, çalışanların verimli olmasını, müşteri memnuniyetinin artmasını ve hizmet kalitesinin yükselmesini sağlayacaktır.

Çalışmada yerel bir ulaşım ağının benzetim analizi gerçekleştirilmiştir. Benzetim analizi, 2019 yılı takvimini kullanmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Ulaşım ağı, Gaziantep ve Kilis olmak üzere iki şehri kapsamaktadır. Her iki şehir arasındaki talep yapısı farklıdır ve işletme talebe göre hareket etmektedir. Bu farklılık boş seferlerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu durum hem işletmenin kaynaklarını israf etmesine hem de çevreye zarar vermesine neden olmaktadır.

Çalışmada, ulaşım ağları ve benzetimi bir arada kullanan diğer çalışmalardan farklı olarak, araçların hareket etmesinin tamamen talebe bağlı olduğu bir model incelenmiştir. Çalışmada örnek uygulaması gerçekleştirildiği gibi, MATLAB yazılımı ulaşım ağlarının benzetiminde kullanılabilir. Sahip olduğu esneklik ve gelişmiş grafik araçları yardımıyla, benzetim sonuçlarını detaylı bir şekilde analize tabi tutmak mümkündür. Öte yandan, gelecek çalışmalarda, optimizasyon ve istatistik araç kutularında yer alan hazır fonksiyonları kullanmak, işletme için daha yararlı olacak bilgilerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Ayrıca birden fazla yılı kapsayan benzetim çalışmaları yardımıyla uzun süreli planlama gerçekleştirilebilir.

Her ne kadar varsayımlarla oluşturulmuş benzetim sonuçlarına dayansa da, çalışmanın bulgularını aşağıdaki gibi listelemek mümkündür.

- 2019 yılında tahminen 263 bin kişi taşınması beklenmektedir.
- Müşterilerin yarısından fazlasının, aracın hareket etmesi için 15 dakika ve üzeri süre beklemek zorunda kalması beklenmektedir.
- 50 aracın olması durumunda, araçların bir sonraki sefer için ortalama 15 saat beklemesi ve yılda ortalama 582 sefer düzenlenmesi beklenmektedir.

Yöneticiler gelecek yıllar için araç sayısının ne olması gerektiği gibi stratejik kararlarda çalışma sonuçlarını kullanabilir. Buna ek olarak günlük araç hareket çizelgelerini hazırlama gibi operasyonel seviyede de benzetim sonuçlarını kullanabilirler.

Kilis'in sadece Gaziantep ile sınırının olması, iki şehir arasındaki yolculukların sayısını olumlu etkilemektedir. Buna rağmen nüfusun az olması da sefer sayıları üzerinde olumsuz etki yapmaktadır. Bu durum iki şehir arasındaki yolcu taşıma faaliyetinin boş seferlere yer vermeyecek düzeyde etkin bir şekilde tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır. İşletme maliyetlerini düşürmek, hizmet kalitesini yükseltmek ve operasyonu başarılı bir şekilde yönetmek için modern yöneylem araştırması tekniklerinden faydalanmak zorundadır.

Çalışmada verilerin toplanmasında problemlerle karşılaşmıştır. Veri seti el emeği ile oluşturulmuştur. Veri toplamada sağlanacak otomasyon, daha yüksek hacimde ve kesinlikte veri toplamayı mümkün kılacak ve buna ek olarak ulaşım ağının da daha verimli yönetilmesini sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Abid, N. M., ve Hussain, S. S. (2017). Transportation network planning using simulation. *In: IEEE International Conference on Intelligent Transportation Engineering*, 272–279
- Archetti, C., Speranza, M. G., ve Weyland, D. (2018). A simulation study of an on-demand transportation system. *International Transactions in Operational Research*; 25(4): 1137–1161
- Banks, J., Carson, J. S., Nelson, B. L., ve Nicol, D. M. (2014). *Discrete-event system simulation* (Internatio). Essex: Pearson Education.
- Batur, İ., ve Koç, M. (2017). Travel demand management (TDM) case study for social behavioral change towards sustainable urban transportation in Istanbul. *Cities*; 69(May): 20–35.
- Berdai, A., Gruer, P., Hilaire, V., ve Koukam, A. (2002). A multi-agent model for the estimation of passenger waiting time in public transportation networks. *In: In Proc. of 2nd WSEAS Int. Conf. on Simulation, Modeling and Optimization (ICOSMO 2002)*, Skiathos, Greece, 2002. ISBN 960-8052-68-8.
- Bohari, Z. A., Bachok, S., ve Osman, M. M. (2014). Improving the quality of public transportation system: application of simulation model for passenger movement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 153: 542–552
- Bolkovska, A., ve Petuhova, J. (2016). Simulation-based public transport multi-modal hub analysis and planning. *Procedia Computer Science*; 104: 530–538
- Crainic, T. G., Perboli, G., ve Rosano, M. (2018). Simulation of intermodal freight transportation systems: a taxonomy. *European Journal of Operational Research*; 270(2): 401–418
- Fernández, R. (2010). Modelling public transport stops by microscopic simulation. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*; 18(6): 856–868
- GTB. (2017). Esnaf ve sanatkarlar özelinde sektör analizleri projesi ulaştırma sektörü. Retrieved from <http://esnaf.gtb.gov.tr/data/5a57494bddee7d1fa8b584aa/ulastirma.pdf>
- Guimarães, V. de A., Leal Junior, I. C., ve da Silva, M. A. V. (2018). Evaluating the sustainability of urban passenger transportation by Monte Carlo simulation. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*; 93: 732–752
- Gültekin, N., ve Eren, T. (2014). Demiryolu çizelgeleme probleminin modellenmesi ve çözümü. *Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*; 29(2): 235–

- Meignan, D., Simonin, O., ve Koukam, A. (2007). Simulation and evaluation of urban bus-networks using a multiagent approach. *Simulation Modelling Practice and Theory*; 15(6): 659–671
- Osorio, C., ve Bierlaire, M. (2013). A simulation-based optimization framework for urban transportation problems. *Operations Research*; 61(6): 1333–1345
- Pekel, E. (2015). *İstanbul hızlı ulaşım sisteminde simülasyon bazlı çizelgeleme*. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Pekel, E., ve Soner Kara, S. (2015). A simulation based scheduling in bus rapid transit system. *Sigma, Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*; 33: 66–76
- Sebastiani, M. T., Luders, R., ve Fonseca, K. V. O. (2016). Evaluating electric bus operation for a real-world brt public transportation using simulation optimization. *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems*; 17(10): 2777–2786
- Tako, A. A., ve Robinson, S. (2012). The application of discrete event simulation and system dynamics in the logistics and supply chain context. *Decision Support Systems*; 52(4): 802–815
- TUİK. (2017). www.tuik.gov.tr.
- Yılmaz, R., Taşkın, K., ve Gümüş, F. B. (2014). Şehir içi özel yolcu taşımacılığı sisteminin yeniden düzenlenmesi ve verimliliğin artırılması üzerine ampirik bir çalışma: Sakarya Örneği. *Sakarya İktisat Dergisi*; 3(4): 105–137

SOSYAL SERMAYENİN KURUMSAL, KAYNAK BAĞIMLILIĞI VE İŞLEM MALİYETİ KURAMLARI CEPHESİNDEN ALGILANIŞI

Cem ŞEN¹
İbrahim Sani MERT²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, sosyal ağlar yardımı ile sosyal sermaye oluşturma çabalarının ilişki kurma ve geliştirme maksadıyla gerçekleştirildiğini, kurulan ilişkilerin temelinde meşruiyet kazanma, kıt kaynaklara erişim, bilgiye ve teknolojik yeniliklere erişim ve paylaşım ve işlem maliyetlerinin minimize edilmesi gibi amaçların yattığını kuramsal olarak ortaya koymaktır. Birey ve toplulukların birbirleri ile olan bağlantılarını (ağ yapılanmalarını/kimi tanıdığınızı) ve bu bağlantılar sayesinde kaynaklara erişimlerini vurgulayan sosyal ağ kuramı kapsamındaki sosyal sermayeye olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle de konunun esasının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve doğal sonucu olan güç mücadelesi ile işlem maliyet kuramıyla olan şaşırtıcı ilişkisi ve bütünleşmeler dikkat çekmektedir. Sonuç olarak, sosyal ağların hangi amaçlarla kurulmak istendiği kavramsal olarak ortaya konulmakta ve kuramsal öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağ Kuramı, Sosyal Sermaye, Kurumsal Kuram, Kaynak Bağımlılığı Kuramı, İşlem Maliyet Kuramı

PERCEPTION OF SOCIAL CAPITAL FROM THE PERSPECTIVE OF INSTITUTIONAL, RESOURCE DEPENDENCE AND TRANSACTION COST THEORIES

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze conceptually the efforts to establish social capital via social networks. The aim of these efforts is to establish and develop relations which will help to gain legitimation, to access and to share of rare resources, knowledge and, technological innovations, and hence to minimize the transaction costs. The interest for social capital, which is basically means the relationships among persons and communities (network constructions/who you know), has been increasing nowadays. Specifically, social capital is getting more and more attention when it comes to the relationships and integrations among institutional theory, resource dependence theory, and transaction cost theory. By considering social capital as an asset in networks this paper concludes by arguing the idea behind to establish social networks theoretically and putting forward some propositions.

Keywords: Social Network Theory, Social Capital, Institutional Theory, Resource Dependence Theory, Transaction Cost Theory

¹ Dr., Millî Savunma Bakanlığı, cem.sen@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7300-0170.

² Prof. Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, İ.İ.S.B.F., İşletme Bölümü, ibrahim.mert@antalya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2850-1865.

Received/Geliş: 25/06/2019 Accepted/Kabul: 09/09/2019, Research Article/ Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Şen, C. ve Mert, İ. S. (2019), "Sosyal Sermayenin Kurumsal, Kaynak Bağımlılığı ve İşlem Maliyeti Kuramları Cephesinden Algılanışı", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s. 163-178.

Giriş

Dünyada meydana gelen değişim rüzgârının her yönden ve sıkça esmesinin sebep olduğu yoğun belirsizlik ortamı, bireysel ve örgütsel davranış bazında değişik yaklaşımların doğuşuna neden olmaktadır. Sürdürülebilir rekabetin ve performansın sağlanması amaçlı; neye sahip olduğunuzu vurgulayan geleneksel finansal sermaye (Luthans, Luthans ve Luthans, 2004: 46), kişisel bilgi ve beceri yeteneğinizi (ne bildiğinizi) vurgulayan beşeri sermaye (Barney, 1991: 102; Luthans ve diğer., 2004: 45-46; Keeley, 2007: 29; Luthans ve Youssef, 2007: 335), sahip olunan entelektüel bilgi ve birikim ile yüksek değer ve zenginlik yaratma yeteneğinizi vurgulayan entelektüel sermaye (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 245; Kannan ve Aulbur, 2004: 389) ile bireyin potansiyel ve psikolojik kapasitesini (kim olduğunuzu) vurgulayan psikolojik sermayesinin (Luthans, 2002a: 699-700; Luthans, 2002b: 69-70; Wright, 2003: 437-438; Luthans ve diğer., 2004: 45-46; Luthans ve Youssef, 2007: 335; Avey, Wernsing ve Luthans, 2008: 52-53; Şen ve Mert, 2019; Mert ve Şen, 2019; Aslan ve Mert, 2019; Şen, Mert ve Aydın, 2017) yanında, birey ve toplulukların birbirleri ile olan bağlantılarını (ağ yapılanmalarını/kimi tanıdığımızı) ve bu bağlantılar sayesinde kaynaklara erişimlerini vurgulayan sosyal ağ kuramı kapsamındaki sosyal sermayeye (Granovetter, 1973: 1360-1361, Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 243; Paxton, 1999: 89; Luthans ve diğer., 2004: 46; Luthans ve Youssef, 2007: 335) olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır.

Bu ilgi kapsamında, sosyal ağlar yardımı ile sosyal sermaye oluşturma çabalarının ilişki kurma ve geliştirme temelinde gerçekleştiği ifade edilebilir. Kurulan ilişkilerin temelinde meşruiyet kazanma (Meyer ve Rowan, 1977: 346,352; DiMaggio ve Powell, 1983: 149; Baum ve Oliver, 1991; Pfeffer, 1997: 63; Scott, 2003: 881), kıt kaynaklara erişim ve paylaşım (Pfeffer ve Salancik, 1978), bilgiye ve teknolojik yeniliklere erişim ve paylaşım (Hamel, 1991: 83; Aydın, Özen ve Mert, 2018) ve işlem maliyetlerinin minimize edilmesi (Williamson, 2008: 9) gibi amaçların yattığı vurgulanabilir. Söz konusu ilişkilerin kurulmasının kritik koşulları Oliver (1990) tarafından; gereklilik, asimetri, karşılıklılık, verimlilik, istikrar/kararlılık ve meşruiyet şeklinde sıralanmıştır, söz konusu koşullar;

- Gereklilik, ilişkilerin devlet kurumları, endüstri ya da meslekleşme/profesyonelleşmeden kaynaklanan yasal veya zorunlu nedenlerle oluşturulması,
- Asimetri, ilişkilerin sahip olunan büyüklük ve daha fazla bilgi gibi üstünlük nedeniyle diğer taraf üzerinde güç ve kontrol uygulama yoluyla kurulması,
- Karşılıklılık, ilişkilerin ortak hedefleri gerçekleştirmek ve karşılıklı fayda sağlama amacıyla oluşturulması,
- Verimlilik, ilişkilerin verimlilik kaygısıyla, girdi/çıktı oranlarını geliştirmek maksadıyla kurulması,
- İstikrar/kararlılık, ilişkilerin çevresel belirsizliğe uyumlamacı tepki verme amacıyla oluşturulması,
- Meşruiyet, ilişkilerin kurumsal çevre içerisinde hayatını sürdürebilmek için benzer kurumlara eşbiçimli hâle gelmek nedeniyle kurulması olarak ifade edilmiştir (Oliver, 1990: 242-246).

Kurulması planlanan herhangi bir ilişkide söz konusu kritik faktörlerin tamamını ya da sadece bir kaçını görmek mümkün olabilmektedir. Kurulması planlanan ilişkilerin hangi nedenlere dayandığı araştırıldığında, konunun sosyal ağ kuramı kapsamındaki sosyal sermayeye ile yakından ilgili olduğu görülebilmektedir. Özellikle de ağ düzeneklerine bu bağlamda yaklaşıldığında, konunun esasının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve doğal sonucu olan güç mücadelesi ile işlem maliyet kuramıyla olan şaşırtıcı ilişkisi ve bütünleşmeler (Parkhe, Wasserman ve Ralston, 2006) dikkat çekmektedir.

Çalışmada öncelikle sosyal ağ kuramı, sosyal yerleşiklik (social embeddedness) ve sosyal sermaye (social capital) kavramlarının yönetim-örgüt düşüncesindeki yeri irdelenmekte; sosyal ağ kuramının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve doğal sonucu olan güç mücadelesi ile işlem maliyet kuramı ile olan ilişkisi tartışılmakta; sosyal ağ kuramının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve işlem maliyet kuramı cephesinden nasıl algılandığı ortaya konularak, bir takım kuramsal önermeler geliştirilmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal Ağ Kuramı, Sosyal Yerleşiklik ve Sosyal Sermaye Kavramlarının Yönetim-Örgüt Düşüncesine Getirdikleri

Marin ve Wellman (2014) sosyal ağı, aralarında bir veya daha fazla ilişki olan aktörlerin oluşturduğu sosyal bir grup olarak tanımlamaktadır. Gulati (1998) sosyal ağı, ekonomik veya sosyal ilişkiler yoluyla birbirine bağlı aktörlerin oluşturduğu sosyal bir grup olarak ifade etmektedir (Gulati, 1998: 297). Bir başka tanıma göre ise sosyal ağ, aynı çıkar ve yaşam biçimlerine sahip aktörlerin kişisel etkileşimden doğan bir ağıdır (Chisholm ve Nielsen, 2009: 20-21).

Aktörlerin hayatında önemli bir yeri olan sosyal ağ kuramının, son yıllarda popüler olmasının nedenlerini;

- Kaos ve karmaşıklık kuramı hariç diğer kuramlar gibi lineer ve indirgemeci mantığı kabul etmeyerek bütüncül yaklaşımı benimsemesi (Polanyi, 1992: 193),
- Kategoriler yerine ağdüzeneklerinde yer alan aktörlerin arasındaki sosyal ilişkileri ele alması (Emirbayer ve Goodwin, 1994: 1414),
- Ekonomik ilişkilerin sosyal ilişkilerden soyutlanamayacağını savunması (Polanyi, 1992: 33; Granovetter, 1985: 481; Granovetter, 1992: 6; Burt, 1992: 9; Uzzi, 1997: 35) ve
- Sosyal ağdüzenekleri içerisindeki aktörlerin arasındaki ilişkilerin yapısına ilişkin analizlerin yapılabilmesini mümkün kılan sosyal ağ analiz yazılımı (Scott ve Carrington, 2014: 4) programlarını (Uygulamalı Grafik ve Ağ Analizi Yazılımı-AGNA, MultiNet, NetMiner3, İkinci Derece Denklemler için Çoklu Regresyon Yazılımı-MRQAP, Sosyal İlişkiler Ağı Analizi Yazılımı-UCINET) kullanması olarak sıralayabiliriz.

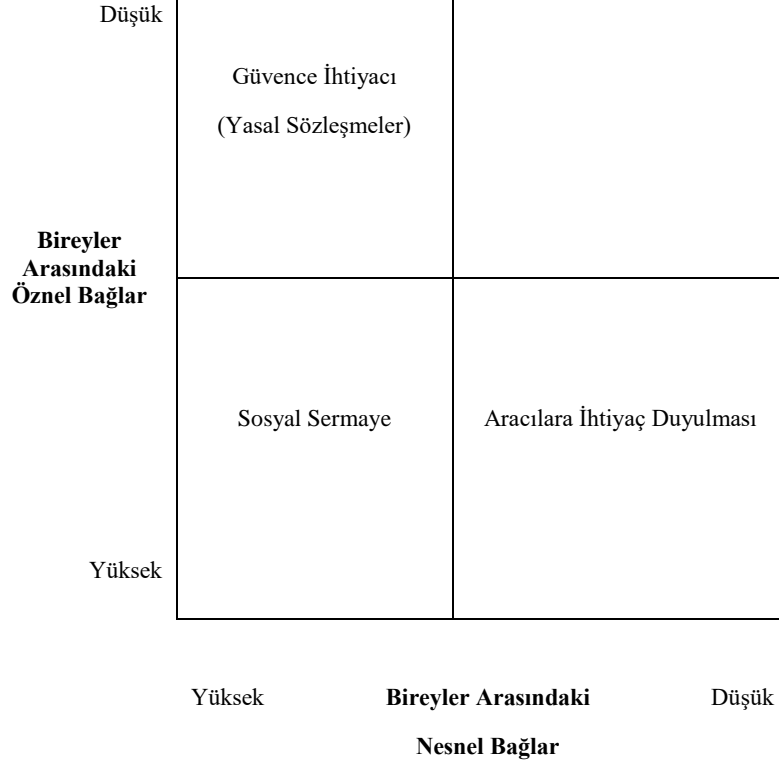
Ekonomik kararların verilmesinde aktörlerin arasındaki sosyal ilişkilerinden etkilenmemelerinin mümkün olmadığını vurgulayan Polanyi (1944) ve Granovetter (1985), ekonomik aktörler arasındaki etkileşim ve sosyal ilişkilerin ekonomik kararların alınmasındaki etkisini, sosyal yerleşiklik olarak tanımlamaktadır (Polanyi, 1944: 60; Granovetter, 1985: 504; Beckert, 2003: 769). Burada aktörler arasındaki ilişkinin kalitesi güven ve paylaşılmakta olan normaları içeren yerleşik ilişkidir (Uzzi ve

Lancaster, 2004: 321). Çünkü aktörlerin tüm faaliyetleri kişisel motivasyonlarıyla yakından ilgili olup (Granovetter, 1992: 6), daha önceden kurulmuş olan sosyal ilişkiler, aktörlerin ekonomik tercih ve seçimlerinde önemli bir yer tutmaktadır (Whiteman ve Cooper, 2000: 1267). Sosyal yerleşikliğin yüksek olması, aktörler arasındaki ekonomik ilişkilerde, mali konularda karar verilmesinde ve mevcut rekabetin yapısında sosyal ağların ağırlıklı olarak belirleyici olması anlamına gelmektedir (Sözen, 2007: 18-19).

Sosyal yerleşiklik kavramı sosyal sermaye kavramı ile somut ve daha iyi anlaşılabilir bir platforma taşınmıştır. Sagut'a (2006) göre sosyal sermayenin ağ düzeneği araştırmalarıyla olan ilişkisi, yeni imkânları içerisinde barındıran bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır (Sargut, 2006: 3). Putnam (1993), sosyal sermayeyi sosyal kurumun eylemleri kolaylaştırarak toplumun etkinliğini artıran güven, normlar ve iletişim ağları gibi özellikleri olarak tanımlamaktadır (Putnam, 1993: 169). Bir başka tanıma göre ise sosyal sermaye, karşılıklı arkadaşlık ve tanışıklık sonucu oluşmuş ve kalıcı ilişkiler ağ düzeneğine sahip olmanın birey ya da gruba sağladığı somut ya da soyut yarar ve kaynakların tümüdür (Coleman, 1988: S100; Bourdieu ve Wacquant, 1992: 119; Lin, 2000: 786; Adler ve Kwon, 2002: 23; Bueno, Salmador ve Rodriguez, 2004: 557).

Sosyal sermaye, aktörlere sosyal ağ düzeneklerindeki bilgi ve kaynaklara erişim imkânı sağladığı için örgütsel alanda da önemli bir konuma sahiptir (Sargut, 2006: 4). Ancak, sosyal sermayenin sosyal ağlar yardımı ile yaratıldığı ve geliştirildiği (Çetin, 2006: 2) gerçeği gözden kaçırılmamalıdır. Bu bağlamda sosyal sermaye kavramı ile sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğuna işaret edilmektedir. Bireyin sosyal olduğu, sosyal ağlara katıldığı sürece ilişkiler kurabileceği ve bu vesileyle sosyal sermaye için basamak teşkil eden karşılıklı güveni temin edebileceği ifade edilebilir. Putnam'a (2000) göre fırsatçılığı ortadan kaldıran güven, sosyal sermayenin anahtar ögesidir (Putnam, 2000: 319). Sosyal sermayenin kazanılması onun sürekli olarak elde tutulacağı anlamına gelmemektedir. Diğer sermaye biçimlerinden farklı olarak sosyal sermayenin piyasada ticaretini yapmak mümkün olmamakta, kazanımlar ilişkilerin zaman içerisinde değişmesi ile biçimsel olarak farklılaşabilmekte, ilişkiler bittiğinde ise tamamen kaybolabilmektedir (Leana ve Buren, 1999: 539).

Paxton (1999), sosyal sermayeyi bireylerin nesnel iletişim ağı ile aynı bireyler arasındaki öznel bağlar (güven, karşılıklılık, pozitif duygular) olarak tanımlamış ve oluşturduğu sosyal sermaye modelini (Paxton, 1999: 94-96) Şekil 1'deki tipolojide özetlemiştir. Bu kapsamda, bireyler arasındaki öznel ve nesnel bağlar yüksek olduğunda sosyal sermaye var olmakta; nesnel bağlar yüksek, öznel bağlar düşük olduğunda aktörler işbirliğini güvence altına almak için yasal olarak bağlayıcı sözleşmeler gibi yollara başvurmakta; nesnel bağlar düşük, öznel bağlar yüksek olduğunda ise etkili iletişimin sağlanabilmesi için araçlara ihtiyaç duymaktadırlar. Modeli, bireylerden örgütlere uyarılmanın mümkün olduğu söylenebilir.



Şekil 1. Sosyal Sermaye Modeli

Kaynak: Paxton, P. (1999). Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment, *American Journal of Sociology*, 105(1), s. 94-96.

Sosyal ağlar yardımı ile oluşturulan sosyal sermaye bireysel ve örgütsel bazda elde edilen başarının açıklanmasında önemli bir faktör olarak göze çarpmaktadır (Adler ve Kwon, 2002: 21-22). Bireysel seviyede profesyonel başarıyı etkilemekte, kişilere iş bulma konusunda yardım etmekte, örgüt içerisindeki birimler arasında kaynakların paylaşılmasını sağlamakta, entelektüel sermaye oluşturma ve inovasyonu teşvik etmekte, çalışanların iş devrini azaltmakta, yeni projelerin başlatılmasında rol oynamakta, ilişkide bulunulan aktörlerle bağları ve örgütler arası öğrenmeyi güçlendirmektedir (Pescosolido, 1992: 1103-1104; Seibert, Kraimer ve Liden, 2001: 223; Bueno ve arkadaşları, 2004: 558). Bu bağlamda, sosyal ağ kuramı farklı sosyal bağ

ve ilişkilerin, aktörlere farklı yararlar sağladığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Lin (2001) sosyal sermayenin tanımındaki kazançların sağlanmasında bilgi, araçların etkisi, güvenilirliğin doğrulanması ve sözlerin sağlamlaştırılması gibi bir takım mekanizmalara ihtiyaç duyulduğunu vurgulamıştır (Lin, 2001: 18-19). Böylece pozitif faydaların elde edilmesi mümkün olabilecektir.

Sosyal ağlar konusundaki önemli tartışmalardan birisi de ne tür bağların bireysel ve örgütsel bazda daha çok kazanımlara yol açtığı konusunda olmaktadır (Sözen ve Gürbüz, 2012: 308). Bu konuda merkezilik (Hagedoorn, 2006; Monge ve Contractor, 2001), güçlü bağlar (Bourdieu, 1986: 248; Coleman, 1988: S98; Podolny, 2001), zayıf bağlar (Granovetter, 1973; 1983) ve yapısal boşluklar (Burt, 1992; Burt, 2004) üzerinde en çok tartışılan konular olarak öne çıkmaktadır.

Merkezilik bir aktörün içerisinde yer aldığı ağ düzeneğindeki merkezde konumlanmasını ve bu nedenle de diğerlerine göre daha fazla bilgi ve kaynağa erişebilmesini ifade etmektedir (Hagedoorn, 2006: 676-678; Monge ve Contractor, 2001). Sosyal ağ düzeneklerindeki bağın gücünün zayıf olması aktörler arasındaki mevcut ilişkilerin seyrek ve uzak olmasını, güçlü olması ise ilişkilerin sık, yakın ve uzun süreli ve olmasını ifade etmektedir.

İlişkilerde güçlü bağların önemine dikkat çeken yaklaşıma göre söz konusu bağlar, ancak ve ancak karşılıklı güven ile sağlanabilir (Fukuyama, 1995: 23; Sözen ve Gürbüz, 2012: 310). Güven, karşılıklı taraflar arasında güçlü ilişkilerin kurulması için ön koşul olarak karşımıza çıkmaktadır (Sargut, 2003). Güçlü bağlara sahip aktörler zayıf bağları olan aktörlere göre daha fazla çeşit bilgiye erişme imkânına sahip olmaktadır (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Podolny, 2001).

Zayıf bağlar ya da kol mesafesindeki ilişkiler aktörler arasında herhangi bir sosyal bağlantı içermeksizin yürütülmekte olan piyasa ilişkileri olarak tanımlanmaktadır (Uzzi, 1999: 483; Uzzi ve Lancaster, 2004: 321). Bir başka tanıma göre ise zayıf bağ zaman içerisinde nadiren gerçekleşen bağlantıları ifade etmektedir (Granovetter, 1983: 205). İlişkilerde zayıf bağların gücünü savunan görüşe göre aktörün güçlü bağları sayesinde elde ettiği bilgi kısıtlıdır, ancak zayıf ya da kol mesafesindeki bağları ile daha fazla bilgiye erişebilmektedir (Granovetter, 1973: 1366; 1983: 209). Böylece birçok zayıf bağa sahip aktör, ulaştığı bilgiler sayesinde yenilikleri kolayca paylaşabilecektir (Granovetter, 1973: 1367). Güçlü bağların bir nevi kapalı ağ oluşturduğu düşünüldüğünde, zayıf bağların açık bir yapısını temsil ettiği söylenebilir.

Herhangi bir sosyal ağ düzeneğindeki aktörlerin tümünün birbirleriyle ilişkisinin olması her zaman mümkün olmayabilir, işte bu şekilde aktörler arasında bağlantı olmaması durumu yapısal boşluk olarak ifade edilmektedir (Burt, 1992: 18; 2000: 8; 2004: 353). Söz konusu boşluklar, her iki tarafla bağlantısı olan ve arada aracılık/köprü vazifesi gören aktörlerce doldurulmaktadır. Böylece aracı/köprü konumunda olan aktöre olan bağımlılık ona çeşitli önemli avantajlar sağlayabilmektedir (Burt, 1997: 339; Sözen ve Gürbüz, 2012: 315).

Çalışmanın bu bölümünde sosyal ağ kuramının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve doğal sonucu olan güç mücadelesi ile işlem maliyet kuramı ile olan ilişkisi tartışılmakta; sosyal ağ kuramının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve işlem maliyet kuramı cephesinden nasıl algılandığı ortaya konularak, bir takım kurumsal önermeler geliştirilmektedir.

Meşruiyet Özelinde Kurumsal Kuram Açısından Sosyal Ağ Kuramı

Kurumsal kuram, örgütlerin yapı ve süreçlerinin içerisinde buldukları kurumsal çevreye uyumları sonucunda biçimlendiğini, örgütlerin yaşamlarını sürdürebilmek için benzer kurumlara eşbiçimli hâle gelerek kendilerini meşru kılmaları (meşruiyet sağlamaları) gerektiğini belirtmektedir (Meyer ve Rowan, 1977: 346, 352; DiMaggio ve Powell, 1983: 149; Pfeffer, 1997: 63; Scott, 2003: 881; Daft, 2007: 191). Meyer ve Scott'a (1983) göre meşruluk, örgütün içerisinde bulunduğu sosyal ve kültürel çevre ile uyumunu sağlayan bir olgudur ve genel olarak örgütler, faaliyet gösterdikleri sosyal ve kültürel çevre içerisinde meşru görülmelerini sağlayacak düzenleme ve aktivitelerde bulunurlar (Meyer ve Scott, 1983: 201). Başka bir ifade ile örgütlerin yaşamlarını sürdürebilmek için sadece etkin ve etkili olmaları yeterli değildir, kurumsal çevre içerisinde ne derece kabul gördükleri daha da önemlidir (Çakar ve Danişman, 2012: 241).

Bu bağlamda belirli bir alanda faaliyet gösteren örgütler, kendileri için her zaman kilit bir rol oynayan meşruiyet (Vaara ve Tienari, 2008: 985) kaygısı ile, içerisinde buldukları toplumsal düzene has yaklaşım ve değerler ile uyumlu yapılanma ve faaliyetler sergileme neticesinde giderek birbirlerine benzemeye başlarlar (DiMaggio ve Powell, 1991: 64). Söz konusu benzeşme, kurumsal kuramın ana araştırma tezi olan "örgütler neden bu kadar birbirine benzemektedir?" sorusunu cevaplamaya çalışmaktadır.

Kurumsal kurama göre kurumsal çevre; teknik çevreden çok, bireyleri ve onların meydana getirdiği örgütleri oluşturan değerler, normlar, inançlar ve kabul görmüş davranışlarla örülmüş bir ağıdır ve efsaneleşmiş örgütsel yapı, hizmet, teknik, politika ve programları kapsamaktadır (Meyer ve Rowan, 1977: 340; Greenwood ve Hinings, 1996: 1025; Tolbert, 1985: 1). Söz konusu ağ, içerisinde barındırdığı aktörlerin (bireyler ve örgütler) eylemlerine şekil veren ussal bir çevre sunmaktadır (Hasselbladh ve Kallinikos, 2000: 698). Zamanla bir takım örgütsel yapı ve uygulamalar diğerlerine nazaran daha çok kabul görmeye başlar ve o yapı ve uygulamalar öyle bir önem kazanır ki, fayda sağlayıp sağlamadığına bakılmaksızın varlıkları ve meşruiyetleri sorgulanmaz bir hâle gelir (DiMaggio ve Powell, 1983: 148).

Kurumsal kuram örgütler için sosyal bağlamın etkisinin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Çünkü örgütlerin içine yerleşik olduğu sosyal bağlam, örgütleri yapısal, kurumsal ve kültürel temelde etkilemektedir (Gulati, 1998: 295). Söz konusu sosyal bağlam içerisinde örgütler, gerek öykünmecî (belirsizliğe karşı standart tepkilerden kaynaklanan), gerek zorlayıcılık (yasal, politik etkiden ve meşruiyet sorunundan kaynaklanan), gerekse normatif (meslekleşme/ profesyonelleşmeden kaynaklanan) baskıların etkisiyle kurumsal çevrenin getirdiği kural ve normlara uyum sağlamakta, bu sayede meşruiyet kazanmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1983: 150-154). Bazen bu baskılar daha yöneticiler tüm alternatifleri değerlendirip karar vermeden etkin hâle gelip, tüm kontrolü ele geçirebilirler (Galaskiewicz ve Wasserman, 1989: 455).

Oliver (1990) tarafından ortaya konulan örgütlerin sosyal ağ kuramı kapsamında ilişki kurma nedenleri kurumsal kuram açısından incelendiğinde; söz konusu nedenlerden gerekliliğin yasal ve kanuni gerekliliklere uyum sağlanması, istikrar/kararlılığın çevresel belirsizliğe uyumlamacı tepki vermek amacıyla öykünmecî yaklaşımların sergilenmesi, meşruiyetin ise kurumsal baskılar sonucu kurumsal çevreye uyulması noktasında örgütleri diğer örgütler ile ilişki kurmaya yönelttiği ifade edilebilir.

Bu bağlamda sosyal ağ kuramı içerisinde ele alınan yüksek seviyeli yerleşiklik, kurumsal kuram içerisinde ele alınan kurumsal eşbiçimlilik ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir.

Önermel: Sosyal ağ kuramı içerisinde ele alınan yüksek seviyeli yerleşiklik, kurumsal kuram içerisinde ele alınan kurumsal eşbiçimlilik ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir.

Sosyal Ağ Kuramının Kaynak Bağımlılığı Kuramı Kapsamındaki Güç Mücadelesi ile Olan Şaşırtıcı İlişkisi

Kaynak bağımlılığı kuramının temel tezleri, örgütlerin tek amacının varlıklarını devam ettirmek istemeleri, varlıklarını devam ettirmek için genellikle kendilerinin üretmediği ve çevreden temin edeceği kaynaklara ihtiyaç duydukları, çevrede aynı kaynağa ihtiyaç duyan başka örgütler olduğu, bunun sonucu olarak diğer örgütlerle ilişkilerini yönetmek zorunda olduğu şeklinde özetlenebilir (Pfeffer ve Salancik, 1978). Bu bağlamda, örgütlerin en temel hedefi söz kaynakları güvence altına alabilmek (Oliver, 1997: 700) ve varlıklarını devam ettirebilmektir (Üsdiken, 2010: 83). Çünkü ihtiyaç duyulan ve üzerinde odaklanılan kaynaklar örgütün dışında yer alan kaynaklardır (Meydan, 2010: 22).

Örgüt ihtiyaç duyduğu kaynakların büyük bir bölümünü diğer örgütlerden temin ediyorsa, bu durum onlara olan bağımlılığının arttığı manasına gelmektedir. Bu kapsamda özellikle diğer örgütlerin ihtiyaç duyduğu az bulunan, ikamesi olmayan ve değerli kaynaklara sahip olan örgütlerin, diğer örgütler karşısında daha fazla güce sahip olduğu ifade edilmektedir (Barney, 1991: 106-107). Kaynak bağımlılık kuramı bağımlılık ilişkisinde güçlü olanın (kaynağı elinde bulunduran) bağımlı olana kendi istediği davranışları yaptırabileceğini, karar alma süreçlerinin siyasi bir nitelik taşıdığını savunmaktadır (Salancik ve Pfeffer, 1977: 12; Ocasio, 2002). Bu noktada kuramın temel değişkeninin güç olarak karşımıza çıktığı ifade edilebilir. Örgütler karşılıklı bağımlılıkları azaltmak için çeşitli stratejiler geliştirerek, güçlü olmaya çalışırlar. Bu stratejilerden birisi de sosyal ağlar yardımıyla oluşturulan sosyal sermaye ve ilişkiler aracılığıyla, kaynak temininde meydana gelebilecek belirsizliklerin yönetilmesi olduğu vurgulanmaktadır (Pfeffer ve Salancik, 1978).

Oliver (1990) tarafından ortaya konulan örgütlerin sosyal ağ kuramı bağlamında ilişki kurma nedenleri kaynak bağımlılığı kuramı açısından incelendiğinde; söz konusu nedenlerden asimetrisinin diğer örgütler ve ya kaynaklar üzerindeki mücadelenin karşılıklı güç oyunlarına dönüşmesi, karşılıklılığın sosyal ilişkinin her iki tarafa da fayda ve avantaj sağlaması için birlikte çalışma yapılması, verimliliğin girdi/çıkıtı oranlarını geliştirerek verimliliği artırması, kararlılığın ise sosyal ağ ve ilişkiler sayesinde çevresel belirsizliği azaltması noktasında örgütleri diğer örgütler ile ilişki kurmaya yönelttiği ifade edilebilir. Bu bağlamda sosyal ağ kuramı ile diğer örgütlerle ilişki kurulması, kaynak bağımlılığı kuramı kapsamında belirsiz çevrelerdeki kaynakların güvence altına alınması ve güç dengelerinin gözetilmesi maksadıyla kurulan ilişkiler ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir. Ayrıca, örgütlerin ihtiyaç duydukları kaynaklara sahip örgütlere ve dolayısıyla kaynaklara erişebilmelerinde sosyal ağların şaşırtıcı gücü (Gulati, 2002: 210) gözden kaçırılmamalıdır.

Önerme2: Sosyal ağ kuramı ile diğer örgütlerle ilişki kurulması, kaynak bağımlılığı kuramı kapsamında belirsiz çevrelerdeki kaynakların güvence altına

alınması ve güç dengelerinin gözetilmesi maksadıyla kurulan ilişkiler ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir.

Sosyal Ağ Kuramının Belirsizlik ve Güven Özelinde İşlem Maliyet Kuramı Cephelerinden Algılanışı

Kökleri Coase'ye (1937) dayanan işlem maliyeti kuramı örgütlerin neden var olduğunu ve ekonomik değişimleri irdelemektedir. Coase (1937), örgütlerin varlığını piyasada işlem yapmanın maliyetli olmasına, örgütlerin yaşamlarını ise örgüt içerisinde yapılan faaliyetlerin maliyetlerinin aynı faaliyetleri piyasa yoluyla yapmanın maliyetine eşit olana kadar sürdürebileceklerine vurgu yapmaktadır.

Williamson (1985), işlemlerin örgüt içerisinde mi yoksa piyasada mı yapılmasının daha verimli olacağı kararını işlem maliyeti kuramının temel sorunsalı olarak almıştır (Williamson, 1985: 41-42). Williamson'a (1998) göre, toplumların ekonomik işleyişini belirleyen faktörler gelenek, norm ve dindir (Williamson, 1998: 26). Söz konusu faktörler bağlamında iktisadi işlemi temel alan kuram, fırsatçılık (Williamson, 1975; 1985; 1988), varlıkların spesifikliği (Riordan ve Williamson, 1985) ve sınırlı rasyonellik (Simon, 1957; Williamson, 1988) yapısı altında gerçekleşmektedir. Williamson (1975) fırsatçılığı, aktörlerin kendi çıkarlarını gözetmek için hile yapmaları ve kendileri adına meydana gelebilecek zararlı durumlarda daha önce verdikleri taahhütlere sadık kalmamaları olarak ifade etmiştir (Williamson, 1975: 26). Varlıkların spesifikliği insan kaynakları veya fiziki varlıkların üretken değerinden fedakârlıkta bulunmaksızın alternatif kullanımlara ne derecede tahsis edilebileceği ya da spesifik ticaret ilişkilerine bağımlı hâle getirilebileceğini ifade etmektedir (Riordan ve Williamson, 1985). Sınırlı rasyonellik, bilginin karmaşık ve yetersiz olması, sözleşmelerin tüm şartları öngörebilecek şekilde yapılmasının imkânsızlığını ifade etmektedir (Simon, 1957; Williamson, 1988). Belirsizlik fırsatçılık, varlıkların spesifikliği ve sınırlı akılcılığı işlemler açısından problem hâle getiren en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

İşlem maliyeti, bireylerin veya örgütlerin bilgisizlik ve belirsizlik altında üstlendikleri maliyet olarak tanımlanabilir (Oğuz, 2010: 205). Burada önemli olan belirsizlik ve bilgisizlik altında bilgiye erişimin ve belirsizliğin kaldırılmasının bir maliyetinin olmasıdır. Örgütler, söz konusu maliyetleri enazlayacak yöntem ve uygulamaların geliştirilmesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu yöntem ve uygulamaların başında dikey bütünleşme, uzun dönemli sözleşmeler, stratejik ittifaklar, her iki tarafın eşit şart ve düzeyde yatırım yapmasını zorunlu kılan sözleşmeler sayılabilir (Macher ve Richman, 2008: 28; Gibbons, 2010: 11). Söz konusu yöntem ve uygulamaların temelinde sosyal ağlar ile oluşturulan güven ve sosyal sermaye yatmaktadır. Hosmer (1995) güveni, bireyin, grubun veya örgütün karşılıklı ilişkilerinde, özellikle ortak girişim ve ekonomik mübadelelerinde, etik davranış beklentisi içerisinde olması olarak tanımlamaktadır (Hosmer, 1995: 399).

Sosyal sermaye ve güven sayesinde yapılan anlaşmaya uyulup uyulmadığının denetlenmesi noktasındaki ihtiyacın en aza indirilmesi (Fraedrich, Ferrell ve Ferrell, 2013: 265) ve mevcut risklerin azaltılması (Noteboom, 2007: 43) ile işlem maliyetleri aşağı çekilebilecektir.

Oliver (1990) tarafından ortaya konulan örgütlerin sosyal ağ kuramı bağlamında ilişki kurma nedenleri işlem maliyeti kuramı açısından incelendiğinde; söz konusu

nedenlerden verimliliğin örgütler arası kurulan sosyal ağlar yoluyla kurulan ilişkiler ile işlem maliyetlerini düşürerek verimliliği artırması, kararlılığın da benzer kapsamda sosyal ağlar ve ilişkiler sayesinde çevresel belirsizliği azaltması noktasında örgütleri diğer örgütler ile ilişki kurmaya yönelttiği ifade edilebilir. Bu bağlamda sosyal ağ kuramı ile diğer örgütlerle ilişki kurulması, işlem maliyeti kuramı kapsamındaki fırsatçılık, varlıkların spesifikliği ve sınırlı rasyonellikten kaynaklanan belirsizlik altında güven temelinde kurulan ilişkiler ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir.

Önerme3: Sosyal ağ kuramı ile diğer örgütlerle ilişki kurulması, işlem maliyeti kuramı kapsamındaki fırsatçılık, varlıkların spesifikliği ve sınırlı rasyonellikten kaynaklanan belirsizlik altında güven temelinde kurulan ilişkiler ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir.

Sonuç ve Çıkarımlar

Bu çalışma ile öncelikle sosyal ağ kuramı, sosyal yerleşiklik ve sosyal sermaye kavramlarının yönetim-örgüt düşüncesindeki yeri irdelenmekte, sosyal ağ kuramının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve doğal sonucu olan güç mücadelesi ile işlem maliyet kuramı ile olan ilişkisi tartışılmakta, sosyal ağ kuramının kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve işlem maliyet kuramı cephesinden nasıl algılandığı ortaya konularak, bir takım kuramsal önermeler geliştirilmektedir.

Sosyal ağların irdelenmesi, aslında bilimsel çalışmaların başladığı günden bu yana indirgemeci bir yaklaşımla bütünü anlamak için onu parçalara ayırıp incelenmeye çalışılmasının ardından, pek çok disiplinde olduğu gibi parçaları bir araya getirip bütünü görme, işlevini anlama ve ortaya çıkış olgusunu anlamaya doğru yürüyüşün bir ifadesidir. Bu nedenle sosyal ağlar ve sosyal ilişkiler yardımıyla kurulan sosyal sermaye konusu dikkat çekmeye devam etmektedir.

Örgüt kuramlarının önemli kuramlarından olan kurumsal kuram, kaynak bağımlılığı kuramı ve işlem maliyet kuramı ile ortaya konulan konuların büyük bir bölümü sosyal ağlar yoluyla kazanılmış sosyal sermayenin bir fonksiyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar kuramlar birbirinden farklı da olsa (analiz düzeyi, temel araştırma sorusu, başarı temel kıstası, temel katkısı vb.) birbirlerini tamamlayan özelliklere sahip oldukları gerçeği gözden kaçırılmamalıdır. Son toplamda söz konusu kuramların kesişim kümesinin sosyal ağ kuramı ile oluşturulduğuna dikkat çekilebilir.

Gelecekte yapılabilecek çalışma olarak özellikle İnternet’te yer alan Facebook, Twitter ve LinkedIn gibi sanal ağlar sayesinde anlam ve boyutunun değiştiği düşünülen sosyal sermayeye bir de bu açıdan yaklaşılmasının yeni bir araştırma alanının doğuşuna işaret ettiği düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Adler, P.S. ve Kwon, S.W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27, 17-40.
- Aslan, H. ve Mert, İ. S. (2019). Duygusal Emek ile İşe Yabancılaşma İlişkisinde Psikolojik Sermayenin Düzenleyici Rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11 (8), 1736-1772.

- Avey, J.B., Wernsing, T.S. ve Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behavior. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44 (1), 48-70.
- Aydın, B. O., Özen, H. ve Mert, İ. S. (2018). Use of Social Network Analysis in Determining Stakeholders: An Instance of Poisoned Soldiers in a Military Training Brigade Command. *International Journal of Humanities and Social Science*, 8 (2), 143-151.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.
- Baum, J.A.C. ve Oliver C. (1991). Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, 36, 187-218.
- Beckert, J. (2003). Economic sociology and embeddedness: How shall we conceptualize economic action? *Journal of Economic Issues*, XXXVII (3), 769-787.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. İçinde: J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (s. 241-258). New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L.J.D. (1992). *An invitation to reflective sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bueno, E., Salmador, P.M. ve Rodriguez, O. (2004). The role of social capital in today's economy: Empirical evidence and proposal of a new model of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (4), 556-574.
- Burt, R.S. (1992). *Structural holes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Burt, R.S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, 339-365.
- Burt, R.S. (2000). The network structure of social capital. İçinde: B.M. Staw ve R.I. Sutton (Ed), *Research in Organizational Behavior* (s.345-423). New York: Elsevier Science.
- Burt, R.S. (2004). Structural holes and good ideas. *The American Journal of Sociology*, 110 (2), 349-399.
- Chattopadhyay, P., Glick, W.H., ve Huber, G.P. (2001). Organizational actions in response to threats and opportunities. *Academy of Management Journal*, 44 (5), 937-955.
- Chisholm, A.M. ve Nielsen, K. (2009). Social capital and the resource-based view of the firm. *International Studies of Management & Organization*, 39 (2), 7-32.
- Coleman, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Çakar, M. ve Danişman, A. (2012). Kurumsal kuram. İçinde: H.C. Sözen ve H.N. Basım (Ed.), *Örgüt Kuramları* (s. 241-269). Ankara: Beta Basım AŞ.
- Çetin, M. (2006). Bölgesel kalkınmada sosyal ağların rolü: Silikon Vadisi örneği. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 21 (1), 1-25.
- Daft, R.L. (2007). *Organization theory and design*. Ohio: Thomson South-Western.
- Dimaggio, P.J. ve Powell, W.W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48 (2), 147-160.
- Dimaggio, P.J. ve Powell, W.W. (1991). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. İçinde: W.W.

- Powell ve P.J. Dimaggio (Ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (s. 63-82). Chicago: The University of Chicago Press.
- Donaldson, L. (1996). The normal science of structural contingency theory. İçinde: S.R. Clegg, C. Hardy ve W.R. Nord (Ed.), *Handbook of Organization Studies* (s. 57-76). London: Sage Publications Ltd.
- Donaldson, L. (2001). *The contingency theory of organizations*. London: Sage Publications, Inc.
- Donaldson, L. (2008). The conflict between contingency and institutional theories of organizational design. İçinde: R.M. Burton, B.H. Eriksen, D.D. Håkonsson, T.Knudsen ve C.C. Snow (Ed.), *Designing Organizations: 21st Century Approaches* (s. 3-20). New York: Springer Science + Business Media.
- Dutton, J.E. ve Jackson, S.E. (1987). Categorizing strategic issues: Links to organizational action. *Academy of Management Review*, 12 (1), 76-90.
- Emirbayer, M. ve Goodwin, J. (1994). Network analysis, culture, and the problem of agency. *The American Journal of Sociology*, 99 (6), 1411-1454.
- Fraedrich, J., Ferrell, O.C. ve Ferrell, L. (2013). *Ethical Decision Making in Business: A Managerial Approach*. Canada: South-Western, Cengage Learning, Nelson Education.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. London: Hamish Hamilton.
- Galaskiewicz, J. ve Wasserman, S. (1989). Mimetic and normative processes within an interorganizational field: An empirical test. *Administrative Science Quarterly*, 34, 454-479.
- Gibbons, R. (2010). Transaction-cost economics: Past, present, and future? *The Scandinavian Journal of Economics*, 112 (2), 263-288.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Granovetter, M. (1992). Economic institutions as social constructions: A framework for analysis. *Acta Sociologica*, 35, 3-11.
- Greenwood, R. ve Hinings, C.R. (1996). Understanding radical organizational change: Bringing together the old and new institutionalism. *Academy of Management Review*, 21 (4), 1022-1054.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19, 293-317.
- Gulati, R., Nohria, N. ve Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21 (3), 203-215.
- Hagedoorn, J. (2006). Understanding the cross-level embeddedness of interfirm partnership formation. *Academy of Management Review*, 31 (3), 670-680.
- Hamel, G. (1991). Competition for competence and inter-partner learning within international strategic alliances. *Strategic Management Journal*, 12, 83-103.
- Hasselbladh, H. ve Kallinikos, J. (2000). The project of rationalization: A critique and reappraisal of neo-institutionalism in organization studies. *Organization Studies*, 21 (4), 697-720.
- Hosmer, L.T. (1995). Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics. *Academy of Management Review*, 20 (2), 379-403.

- Hurlbert, J.S., Haines, V.A. ve Beggs, J.J. (2000). Core networks and tie activation: What kinds of routine networks allocate resources in nonroutine situations? *American Sociological Review*, 65, 598-618.
- Kannan, G. ve Aulbur, W.G. (2004). Intellectual capital measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (3), 389- 413.
- Keeley, B. (2007). *Human capital: How what you know shapes your life*. OECD Insights, ISBN: 9789264029088.
- Lawrence, P.R. ve Lorsch, J.W. (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 12 (1), 1-47.
- Leana, R.C. ve Buren, V.H.J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, 24 (3), 538-555.
- Lin, N. (2000). Inequality in social capital. *Contemporary Sociology*, 29, 785-795.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Luthans, F. (2002a). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior* 23, 695-706.
- Luthans, F. (2002b). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16 (1), 57-72.
- Luthans, F., Luthans, K.W. ve Luthans, B.C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47 (1), 45-50.
- Luthans, F. ve Youssef, C.M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33 (3), 321-349.
- Macher, J.T. ve Richman, B.D. (2008). Transaction cost economics: An assessment of empirical research in the social sciences. *Business and Politics*, 10 (1), 1-63.
- Marin, A. ve Wellman, B. (2014). Social network analysis: An introduction. İçinde: J. Scott ve J.P.J. Carrington (Ed.), *Social Network Analysis* (s. 11-25). California: Sage Publications.
- Mert, İ. S. ve Şen, C. (2019). Örgütsel Destek, Örgütsel Adalet ve Öz Kendilik Değerlendirmesinin Psikolojik Sermaye Üzerindeki Etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 213-231.
- Meydan, C.H. (2010). Kaynak bağımlılığı, işlem maliyetleri, örgütsel ağ ve yeni kurumsal kuram ile örgütlerin ittifak oluşturma sebepleri üzerine bir inceleme. *Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Dergisi*, 9 (2), 17-40.
- Meyer, J.W. ve Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *The American Journal of Sociology*, 83 (2), 340-363.
- Meyer, J.W. ve Scott, W.R. (1983). *Organizational environments-rituals and rationality*. Beverly Hills-CA: Sage.
- Monge, P.R. ve Contractor, N.C. (2001). Emergences of communication networks. İçinde: F.M. Jablin ve L.L. Putnam (Ed.), *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods* (s. 440-501). California: Sage Publications.
- Noteboom, B. (2007). Social capital, institutions and trust. *Review of Social Economy*, 65 (1), 29-53.
- Nahapiet, J. ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.

- Ocasio, W. (1995). The enactment of economic diversity: A reconciliation of theories of failure-induced change and threat-rigidity. İçinde: L.L. Cummings ve B.M. Staw (Ed.), *Research in Organizational Behavior* (s. 287-331). Greenwich: JAI Press.
- Ocasio, W. (2002). Organizational power and dependence. İçinde: J.A.C. Baum (Ed.), *Blackwell Companion to Organizations* (s. 363-385). Oxford: Blackwell.
- Oğuz, F. (2010). Örgüt iktisadı: Ekonomi, hukuk ve örgüt ilişkileri. İçinde: A.S. Sargut ve Ş. Özen (Ed.), *Örgüt Kuramları* (s. 193-235). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Oliver, C. (1990). Determinants of interorganizational relationships: Integration and future directions. *Academy of Management Review*, 15 (2), 241-265.
- Oliver, C. (1997). Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource-based views. *Strategic Management Journal*, 18 (9), 697-713.
- Parkhe, A., Wasserman, S. ve Ralston, D.A. (2006). New frontiers in network theory development. *Academy of Management Review*, 31, 560-568.
- Paxton, P. (1999). Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment. *American Journal of Sociology*, 105 (1), 88-127.
- Pescosolido, B.A. (1992). Beyond rational choice: The social dynamics of how people seek help. *American Journal of Sociology*, 97, 1096-1138.
- Pfeffer, J. ve Salancik, G.R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. New York: Harper and Row.
- Pfeffer, J. (1997). *New directions for organization theory*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Podolny, J.M. (2001). Networks as the pipes and prisms of the market. *The American Journal of Sociology*, 107 (1), 33-60.
- Polanyi, K. (1944). *The great transformation*. Boston: Beacon Press.
- Polanyi, K. (1992). The economy as an instituted process. İçinde: M. Granovetter ve R. Swedberg (Ed.), *The Sociology of Economic Life* (s. 29-51). New York: Westview Press.
- Putnam, R.D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Riordan, M. ve O. Williamson. (1985). Asset specificity and economic organization. *International Journal of Industrial Organization*, 3, 365-378.
- Rodrigues, J. (2004). Endogenous preferences and embeddedness: A reappraisal of Karl Polanyi. *Journal of Economic Issues*, 38 (1), 189-200.
- Salancik, G.R. ve Pfeffer, J. (1977). Who gets power- and how they hold on to it: A strategic- contingency model of power. *Organizational Dynamics*, 5 (3), 3-21.
- Sargut, A.S. (2003). Kurumsal alanlardaki örgüt yapılarının oluşmasında ve ekonomik işlemlerin yürütülmesinde güvenin rolü. İçinde: F. Erdem (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Güven* (s. 89-124). Ankara: Vadi Yayınları.
- Sargut, A.S. (2006). Sosyal sermaye: yapının sunduğu bir olanak mı, yoksa bireyin amaçlı eylemi mi? *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 12, 1-13.
- Sargut, A.S. (2010). *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

- Scott, W.R. (2003). Institutional carriers: reviewing modes of transporting ideas over time and space and considering their consequences. *Industrial and Corporate Change*, 12 (4), 879-894.
- Scott, J. ve Carrington, P.J. (2014). *Social network analysis*. California: Sage Publications.
- Seibert, E.S., Kraimer, I.M. ve Liden, C.R. (2001). A social capital theory of career success. *Academy of Management Journal*, 44 (2), 219-237.
- Shah, P.P. (2000). Network destruction: The structural implications of downsizing. *Academy of Management Journal*, 43 (1), 101-112.
- Simon, H. (1957). *Administrative behavior*. New York: Macmillan.
- Smith, E.B., Menon, T. ve Thompson, L. (2012). Status differences in the cognitive activation of social networks. *Organization Science*, 23 (1), 67-82.
- Sözen, H.C. (2007). *Bağlam kapsamında örgütler arası ağdüzenekleri: Dayanıklı ev aletleri sektörü örneği*. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Doktora Programı, Yayınlanmamış Dr. Tezi, Ankara.
- Sözen, H.C. ve Gürbüz, S. (2012). Örgütsel ağlar. İçinde: H.C. Sözen ve H.N. Basım (Ed.), *Örgüt Kuramları* (s. 301-325). Ankara: Beta Basım AŞ.
- Şen, C. ve Mert, İ. S. (2019). Psikolojik Sermayenin İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve Sinizm Üzerindeki Etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (4), 9-21.
- Şen, C., Mert, İ. S. ve Aydın, B. O. (2017). The effects of positive psychological capital on employee's job satisfaction, organizational commitment, and ability coping with stress. *Journal of Academic Research in Economics*, 9 (2), 143-151.
- Thompson, J.D. (1967). *Organizations in action: Social science bases of administrative theory*. New York: McGraw-Hill.
- Tolbert, P.S. (1985). Institutional environments and resource dependence: Sources of administrative structure in institutions of higher education. *Administrative Science Quarterly*, 30, 1-13.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interim networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 35, 35-67.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the making of financial capital: How social relations and networks benefit firms seeking financing. *American Sociological Review*, 64, 481-505.
- Uzzi, B. ve Lancaster, R. (2004). Embeddedness and price formation in the corporate law market. *American Sociological Review*, 69, 319-344.
- Üsdiken, B. (2010). Çevresel baskı ve talepler karşısında örgütler: Kaynak bağımlılığı yaklaşımı. İçinde: A.S. Sargut ve Ş. Özen (Ed.), *Örgüt Kuramları* (s. 77-133). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Vaara, E. ve Tienari, J. (2008). A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporations. *Academy of Management Review*, 33 (4), 985-993.
- Whiteman, G. ve Cooper, W.H. (2000). Ecological embeddedness. *Academy of Management Journal*, 43 (6), 1265-1282.
- Williamson, O.E. (1975). *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*. New York: Free Press.

- Williamson, O.E. (1985). *The economic institutions of capitalism*. New York: The Free Press.
- Williamson, O.E. (1988). The logic of economic organization. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 4, 65-93.
- Williamson, O.E. (1998). Transaction cost economics: How it works. *De Economist*, 146 (1), 23-58.
- Williamson, O.E. (2008). Transaction cost economics: The precursors. *Economic Affairs*, 28 (3), 7-14.
- Wright, T.A. (2003). Positive organizational behavior: An idea whose time has truly come. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 437-442.

FUZZY ANALYTIC HIERARCHY PROCESS AND TOPSIS FOR PART-TIME STUDENT SELECTION

Mert DEMİRCİOĞLU¹
Erkan TİYEKLİ²

ABSTRACT

The object of this study is about offering possible solutions to deal with the problems emerged in the selection of students working part-time in higher education institutions. University students are employed in accordance with their class hours according to the procedures and principles of part-time student work in higher education institutions in certain units of university. These students are employed in temporary jobs in their spare times besides their education hours according to their interests and skills contributing to their growth as productive individuals with discipline by providing both financial gain and application skills. Universities may encounter more demands than their needs whether they carry certain criteria for working in designated units. There may be unjustness in selection of the most suitable student due to these demands. In this study, a software was developed for assigning these part-time students applied to work on the web environment by using the Fuzzy Analytic Hierarchy Process (F-AHP) method. Using TOPSIS software developed and with this software has been shown to accomplish a fairer choice than the other available part-time student selection tool currently used.

Keywords: Fuzzy Analytic Hierarchy Process (F-AHP), TOPSIS, Part-Time Student Selection

YARI ZAMANLI ÖĞRENCİ SEÇİMİNDE BULANIK ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ VE TOPSIS

ÖZ

Bu çalışma yükseköğretim kurumlarında kısmi zamanlı olarak çalıştırılan öğrencilerin seçimi ile ilgilidir. Yükseköğretim kurumları kısmi zamanlı öğrenci çalışma usul ve esaslarına göre üniversitelerde öğrenciler üniversitelerin belirli birimlerinde ders saatlerine uygun olarak çalıştırılmaktadırlar. Bu öğrenciler, ders saati dışındaki boş zamanlarında ilgi ve yetenekleri doğrultusunda geçici işlerde çalıştırılarak hem maddi kazanç hem de uygulama becerisi kazanmaları sağlanır ve iş disiplini edinmiş üretken bireyler olarak yetişmelerine katkıda bulunulması amaçlanır. Üniversiteler ihtiyacı belirlenmiş birimlerinde çalıştırılmak üzere belirli kriterlerde talepler oluşturduklarında, ihtiyaçtan fazla öğrenci talebi ile karşılaşabilir. Bu talepler içerisinde ihtiyaca en uygun öğrenci seçiminde belirsizlikler yaşanabilir. Araştırmada Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHP) yöntemini uygulanarak kriterlerin belirlendiği, İdeal çözüme benzerlik yoluyla tercih sıralama tekniği (TOPSIS) yöntemi uygulanarak da sıralamanın yapıldığı bir yazılım geliştirilmiş ve web ortamında çalışacak şekilde yarı zamanlı öğrencilerin seçiminde kullanılmıştır. Geliştirilen yazılımın, mevcut kullanılan yarı zamanlı öğrenci seçimi araçlarından daha adil seçim yaptığı görülmüştür.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, mdemircioglu@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2287-2067.

² Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, etiyekli@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1907-5670.

Received/Geliş: 17/06/2019 Accepted/Kabul:05/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Demircioğlu, M. ve Tıkyeli, E. (2019), "Fuzzy Analytic Hierarchy Process and Topsis for Part-Time Student Selection", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.179-197.

Anahtar Kelimeler: Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHP), TOPSIS, Yarı Zamanlı Öğrenci Seçimi

Introduction

In today's modern information age, hiring qualified employees is an important issue. In order to survive and compete with the other companies in the market, companies need workers who are eligible for the job requirements. The fact that the number of the applicants who are in need of work far surpasses the number of employees needed is one of the frequently encountered problems nowadays. The decision to appropriately choose the personnel to meet the necessary demand is of utmost importance in terms of equipping the company with qualified labor force. This process can be described as the identification of candidates with the best qualifications to fit the job requirements. In this process, all applicants are evaluated based on the criteria designating the job requirements and then those displaying the highest eligibility for these job requirements are preferred.

Companies should have access to eligible and qualified applicants to employ for the required positions and to establish and apply this selection process effectively and properly to enable the identification of the appropriate staff for the required job (Erdoğan, 1991). Companies need an employee selection process to determine their requirements. In this selection process, the criteria required to choose the personnel are determined and subsequent evaluation needs to be conducted.

In the present study, multi-criteria decision-making techniques have been applied in order to solve the problem of not assigning the right job to the right person. For this purpose, in this study, which criteria have been taken into consideration in the selection of the students who work for Cukurova University Health, Culture and Sport Department will be investigated.

An average of 7000 students apply annually to the application system designed for the students at Cukurova University to work part-time and approximately 500 of them are employed each year. These students will be employed in temporary jobs in their spare time outside their class hours to gain both financial support and practical skills, and to contribute to their growth as productive individuals with professional discipline. When universities create demands, based on certain criteria, for students to be employed in previously designated units, they may face more applications than they need. There may be ambiguities in the selection of the most suitable students to meet the demand.

The aim of this study is to use the Fuzzy Analytic Hierarchy Process (FAHP) method which is one of the multi-criteria decision-making methods and applied in many different fields in the literature to solve the problem of selecting the students to be employed part-time at Cukurova University and to measure the effectiveness of this method.

This system which will be web-based ensures that students will be able to see the announced job vacancies instantaneously. They will also be able to see the job announcements that they have applied to by using FAHP together with other applicants who applied to them.

This way, a ranking will be made based on Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) and thus a fair selection procedure will be followed for the selection of the right students. The ranking of the students who apply after the job announcements for the required units will also be important from the point of view that the jobs will be ranked from the most urgent to the least ones.

The software prepared for Health Culture and Sports Department Administration and the users of the part time student unit is prepared for Cukurova University and since the parameters used could be added or modified, it can be used for other universities as well.

Multiple Criteria Decision-Making Techniques

Decision-making is the process of determining and selecting alternatives based on the decision-maker's values and preferences (Fülop, 2019). Knowing that there are alternative options to consider is not only about determining as many of these alternatives as possible, but also about choosing the ones that best suit our goals, desires, and values.

Analytic Hierarchy Process (AHP) is a multi-criteria decision-making technique that addresses problems in a hierarchical structure and relies on the dual comparative logic (Felek, Yurdakul, & Aladağ, 2007). The ability of the AHP to take subjective criteria into account when making multi-criteria decisions by decision makers is one of its most important features. With the utilization of fuzzy logic / numbers in the evaluation of the strengths and alternatives of the criteria, it is possible to incorporate the uncertainties of human expressions and the modeling of the subjectivities with a newer method, Fuzzy AHP.

Qualitative factors have major prominence in AHP, which is a multi-criteria decision-making approach. It is a technique that can combine qualitative and quantitative factors in the detailed evaluation of alternatives. AHP is used to assess the factors that are independent of each other at various levels in their hierarchical structure (Anık, 2007). The problem is structured in a hierarchical way in AHP. A three-level hierarchical structure is shown in Figure 1. At the top of the hierarchy, there is a goal and the structure is completed in the way that the criteria and alternatives are at the bottom. In AHP, the problem that constitutes the essence of the decision-making problem is organized in a hierarchical structure separated by its components (Saaty & Vargas, 2001).

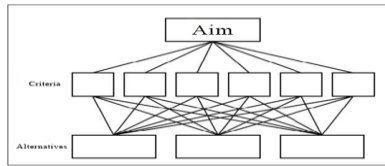


Figure 1. Three-Level Analytic Hierarchy Model

Method

Multi criteria decision making methods will be used to determine the students who apply to the offers advertised for units of Cukurova University Department of Health Culture and Sports. A software was developed by using the FAHP and TOPSIS. This software will be

applied and the results will be evaluated. This software is coded in ASP (Active Server Page) language (developed by Microsoft for web applications and basic level HTML / XHTML and any scripting language JavaScript - VBScript should be known). The software is designed as separate modules for administrators and students (Figure 2).

The scope of the research is the request of the units of the Cukurova University which provide part-time jobs for students. Also, the application data which exist in the unit web site that students want to work as "Part-time Students" constitute the scope of the research. The sampling comprises two students who applied for two positions advertised by Cukurova Department of Health, Culture and Sports: one student who applied for 'computer maintenance related to Health, Culture and Sports Department' and the other student who applied for 'using certain software, updating and taking pictures'.

The criteria which are determined by Cukurova University Department of Health Culture and Sports will be used for selecting the students who applied for the job and are in need of it. Data were gathered from the half-time scholarship module via the official website of Cukurova University Department of Health Culture and Sports. Once the necessary information was computerized, the information in the system's database was used numerically.

Students use their user name and password to enter "General Criteria" which exist in the Half-Time Student Application Module of the official website of Cukurova University Department of Health Culture and Sports. After that, students can apply for the job offers that are specified by the units if the system approves that there is no incorrect or incomplete information on the part of the student. The data from the database in the form of access mdb, which is the database of these data, will be used by the computer environment. The asp (active server page) remodeled by FAHP and TOPSIS method will be calculated with the files encoded with web language. In this model (Figure 3) the consistency check of the criteria will be made and checked.

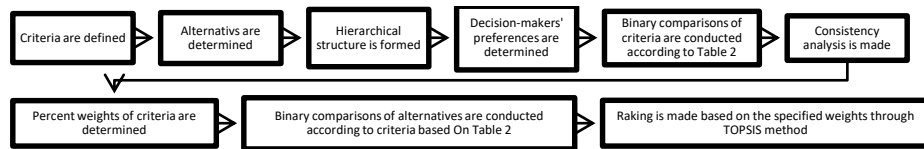


Figure 3. FAHP and TOPSIS Steps in Developed Software

General Criteria Used

These criteria are determined by the management and will be used by the units to find the person who is in need and applies for the job.

Criteria 1) Learning Mode

Criteria 2) Scholarship Earned

Criteria 3) Disciplinary Punishment

Criteria 4) Mother - Father (Alive - Together, Alive – Divorced, one or two are dead)

Criteria 5) Family Residence (own house, rent)

Criteria 6) Family Vehicle (there is, there is not)

Criteria 7) Mother's Salary (high, moderate, low, very low, unemployed)

Criteria 8) Father's Salary (high, moderate, low, very low, unemployed)

Criteria 9) Number of Brother / Sister on Education (Primary School)

Criteria 10) Number of Brother / Sister on Education (High School)

Criteria 11) Number of Brother / Sister on Education (Universit

The criteria specified are the general criteria for which weights are calculated with FAHP as standard for each student to work for part time. The units that will provide job offers will be able to use 5 different importance levels while creating their own criteria. These criteria will be determined based on the relative importance in Table 1. In this case, the criteria added by the unit will have a weight with a software made besides the standard criteria to be used. In this weighing process, the scoring and ranking of students' responses according to these criteria will lead to a different result than scoring and ranking of students' responses according to standard criteria.

The Current Scoring System

The scores assigned to the alternatives of each criteria in the current scoring system are shown in Table 1.

Table 1. Scoring of Currently Used Criteria

1) Learning Method					
Normal Education – 1 Point		Evening Education – 2 Point			
2) Scholarship Earned					
Education Loan 1 Point		KYK Scholarship (No re-pay) 2 Point		No re-pay Foundation - Special Scholarship 2 Point	
3) Discipline Punishments					
Punished 1 Point			Unpunished 2 Point		
4) Parents (both alive and married, both alive and divorced, one or both deceased)					
Both Alive and Married 1 Point		Both Alive and Divorced 2 Point		One or Both Deceased 3 Point	
5) Where family reside (own house, rent)					
Own House 1 Point		Dwelling-House 2 Point		Rent 3 Point	
6) Family vehicle (there is, there is not)					
There is 1 Point		There is not 2 Point			
7) Mother's Salary (high, moderate, low, very low, unemployed)					
3000 TL and over 1 Point		2000-3000 TL 2 Point	1404-2000 TL 3 Point	Less Than 1404 TL 4 Point	Unemployed 5 Point
8) Father's Salary (high, moderate, low, very low, unemployed)					
3000 TL and over 1 Point		2000-3000 TL 2 Point	1404-2000 TL 3 Point	Less Than 1404 TL 4 Point	Unemployed 5 Point
9) Number of Brother / Sister On (Primary School)					
Number of Brother / Sister on In Primary School as Much As 1 Percentage Point Each					
10) Number of Brother / Sister On (High School)					
The Number of Siblings in High School as Much As 1.5 Percentage Point Each					
11) Number of Brother / Sister On (University)					
The Number of Siblings in College as Much As 2 Percentage Point Each					

In this process, there is no relation between the criteria. Certain scores have been assigned to alternatives created for each criteria. The students who applied to the system are given the alternative scores indicated for each criteria according to their characteristics. For example, the steps of the process for the selection of the student to be employed in Cukurova University Student Activities Unit's 'creation, processing and editing of visual designs' post are given in Figure 4.



Figure 4. Current Student Selection Flowchart

FAHP Scoring System

Many scientists have been interested in the blurred extension of Saaty's priority theory. Since the publication of The Analytic Hierarchy Process (AHP) by Saaty, Dutch academics Van Laarhoven and Pedrycz have proposed a method in which the fuzzy comparison decision is represented by triangular fuzzy numbers. Priority vectors were obtained for the logarithmic least square's method (for Short LLMS) (Chang, 1996).

Since basic AHP does not contain ambiguity for individual decisions, it has been developed using the fuzzy logic approach. In fuzzy AHP, comparisons of both criteria and alternatives are performed by linguistic variables represented by triangular numbers. The first fuzzy AHP applications were carried out by Van Laarhoven and Pedrycz (Laarhoven, 1983). Later, Buckley contributed to the issue by setting blurred priorities in comparison ratios with triangular membership functions. Chang has also introduced a new method of using triangular numbers in double comparisons.

The comparative matrices of the general criteria and alternatives to be used in the new system have been developed and presented to the Department of Health, Culture and Sports (management) and approved. In this process, the relations between the criteria and the relations between the alternatives are also made with FAHP. When the units are to add new criteria other than the general criteria, they will state the relationships between the criteria and the alternative. The system will weigh the relationships between these new criteria and alternatives with the general criteria and alternatives according to the comparison determined by the unit. For example, the steps of the process for the selection of the student to be employed in Cukurova University Student Activities Unit's 'creation, processing and editing of visual designs' post are given in Figure 5.

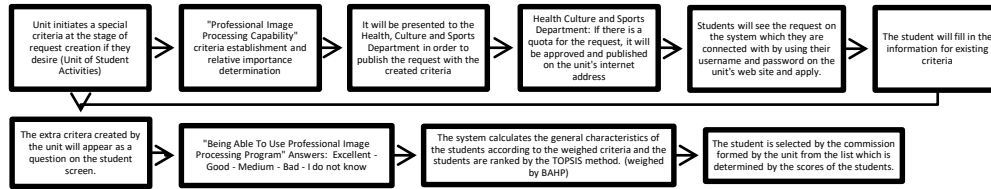


Figure 5. Flowchart of the New System

Calculation of Priority of Fuzzy AHP

In fuzzy numbers, $A = (a_{ij})_{n \times m}$ is the fuzzy pair comparison matrix, here $a_{ij} = l_{ij}, m_{ij}, u_{ij}$ are

$$l_{ij} = \frac{1}{l_{ji}}, m_{ij} = \frac{1}{m_{ji}}, u_{ij} = \frac{1}{u_{ji}}$$

To obtain estimates for weight vectors under each criteria, we must consider the principle of comparing fuzzy numbers. We will give the definition as follows (Table 2).

Table 2. Linguistic terms and corresponding triangular fuzzy numbers

Saaty Scale	Definition	Fuzzy Triangle Scale
1	Equally Important, Equally Contributing to The Two Criteria	(1, 1, 1)
3	A Criteria Has A Little More Contribution Relative to The Other	(2, 3, 4)
5	A Criteria Has More Contribution Relative to The Other	(4, 5, 6)
7	A Criteria Has Much More Contribution Relative to The Other.	(6, 7, 8)
9	A Criteria Has the Most Contribution Relative to The Other.	(9, 9, 9)
2	Interval values between two adjacent scales	(1, 2, 3)
4		(3, 4, 5)
6		(5, 6, 7)
8		(7, 8, 9)

Based on these linguistic terms referring to the corresponding triangular fuzzy numbers, the fuzzy triangle scale is (2, 3, 4), for example, if the decision maker says "Criteria 1 (C1) Criteria 2 (C2) Weak Important". On the contrary, if C2 is compared with C1 in the binary contribution matrix of the criteria, the fuzzy triangle scale becomes (1/4, 1/3, 1/2) (Ayhan, 2013).

Presentation Method of Fuzzy Numbers for the Dual Comparison Scale

The first task of the fuzzy AHP method is to determine the relative importance of both factor pairs in the same hierarchy. By using triangular fuzzy numbers, the fuzzy evaluation matrix $A = (a_{ij})_{n \times m}$ is generated by double comparison.

$$a_{ij}^{-1} = \left(\frac{1}{u}, \frac{1}{m}, \frac{1}{l} \right)$$

Definition 1: $M \in F(R)$ If the fuzzy number is called:

- 1) $X_0 \in R$ for that $\mu_M(X_0) = 1$
- 2) any $\alpha \in [0, 1]$

$A_\alpha = [x, \mu_{A_\alpha}(x) \geq \alpha]$ It is a closed interval. $F(R)$ represents all fuzzy clusters and R is a real number cluster.

Definition 2: If the membership function is equal to $\mu_M(x): R \rightarrow [0, 1]$, we define a fuzzy M on R as a triangle fuzzy number.

$$\mu_M(x) = \begin{cases} \frac{x}{m-1} - \frac{1}{m-1}, & x \in [1, m], \\ \frac{x}{m-u} - \frac{u}{m-u}, & x \in [m, u], \\ 0, & \text{Otherwise,} \end{cases}$$

$1 \leq m \leq u$, l and u are the upper and lower values of the M support, respectively, and M for the modal value. The triangular fuzzy number can be denoted by (l, m, u) . The support of M is a set of elements $R\{x \in R | l < x < u\}$. When $l = m = u$, the numbers are not blurred (Chang, 1996).

If two positive fuzzy numbers are defined as $M_1 = (l_1, m_1, u_1)$ and $M_2 = (l_2, m_2, u_2)$, then the addition and multiplication operations of these two triangular fuzzy numbers will be as shown in the following equations (Chang, 1996).

$$M_1 + M_2 = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2) \quad M_1 \times M_2 = (l_1 \times l_2, m_1 \times m_2, u_1 \times u_2)$$

Each object is handled to realize a goal, with a set of objects $X_n = 1, 2, \dots, n$ and a set of objects at $U_m = 1, 2, \dots, m$. Thus, m expanded analytical values are obtained and are shown as follows:

$$M_{g_{i_i}}^1, M_{g_{i_i}}^2, \dots, M_{g_{i_i}}^m \quad i = 1, 2, \dots, n$$

All M values are triangular fuzzy numbers $M_{g_{i_i}}^j$ ($j = 1, 2, \dots, m$) (Chang, 1996)

Definition 3: Let M be the scope analysis of the i . Then in the context of fuzzy synthetic, the value relative to the i^{th} object is:

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{g_{i_i}}^j \times \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_{i_i}}^j \right]^{-1}$$

In Table 3, the criteria were evaluated according to the comparative matrix in Table 4 within the knowledge of Cukurova University Health and Culture Department. At this stage, the binary relations of criteria and weight values are determined.

Table 3. Comparative Matrix of General Criteria to be Used

Criteria to be used	Criteria 1	Criteria 2	Criteria 3	Criteria 4	Criteria 5	Criteria 6	Criteria 7	Criteria 8	Criteria 9	Criteria 10	Criteria 11
Criteria 1	1,1,1	18,17,16	18,17,16	16,15,14	14,13,12	14,13,12	18,17,16	16,15,14	14,13,12	14,13,12	18,17,16
Criteria 2	6,7,8	1,1,1	1,1,1	1,1,1	2,3,4	2,3,4	2,3,4	2,3,4	2,3,4	2,3,4	1,1,1
Criteria 3	6,7,8	1,1,1	1,1,1	1,1,1	2,3,4	2,3,4	1,1,1	1,1,1	2,3,4	2,3,4	1,1,1
Criteria 4	4,5,6	1,1,1	1,1,1	1,1,1	2,3,4	2,3,4	14,13,12	14,13,12	2,3,4	4,5,6	14,13,12
Criteria 5	2,3,4	1,1,1	14,13,12	14,13,12	1,1,1	2,3,4	14,13,12	14,13,12	2,3,4	2,3,4	14,13,12
Criteria 6	2,3,4	14,13,12	1,1,1	14,13,12	14,13,12	1,1,1	16,15,14	16,15,14	1,1,1	1,1,1	16,15,14
Criteria 7	6,7,8	14,13,12	1,1,1	2,3,4	2,3,4	4,5,6	1,1,1	2,3,4	2,3,4	14,13,12	1,1,1
Criteria 8	4,5,6	14,13,12	1,1,1	2,3,4	2,3,4	4,5,6	14,13,12	1,1,1	2,3,4	2,3,4	16,15,14
Criteria 9	2,3,4	14,13,12	14,13,12	14,13,12	14,13,12	1,1,1	14,13,12	14,13,12	1,1,1	1,1,1	16,15,14
Criteria 10	2,3,4	14,13,12	14,13,12	16,15,14	14,13,12	1,1,1	14,13,12	14,13,12	1,1,1	1,1,1	16,15,14
Criteria 11	6,7,8	1,1,1	1,1,1	2,3,4	2,3,4	4,5,6	2,3,4	4,5,6	4,5,6	4,5,6	1,1,1

In Table 3, the evaluations of the criteria in each column are assigned to variables L, M and U, and the sum of the values in each row is calculated and then written in the total lines in Table 4.

Definition 4: The probability level of $M_1 \geq M_2$ is defined as follows:

$$V(M_1 \geq M_2) = \sup_{x \geq y} [\min(\mu_{M_1}(x), \mu_{M_2}(y))]$$

When there is a pair (x, y) such that $\mu_{M_1}(x) = \mu_{M_2}(y) = 1$ is, then $V(M_1 \geq M_2) = 1$ and $x \geq y$. M_1 and M_2 are convex fuzzy numbers.

$$V(M_1 \geq M_2) = 1 \text{ if } m_1 \geq m_2, \quad V(M_2 \geq M_1) = \text{htg} (M_2 \cap M_1) = \mu_{M_1}(d),$$

Where d is the ordinate of the highest intersection point D between μ_{M_1} and μ_{M_2} .

If $M_1 = (l_1, m_1, u_1)$ and $M_2 = (l_2, m_2, u_2)$, the ordinate of D is: $V(M_2 \geq M_1) = \text{hgt}(M_1 \cap M_2) = \frac{l_1 - u_2}{(m_2 - u_2) - (m_1 - l_1)}$

We need values of $V(M_1 \geq M_2)$ and $V(M_2 \geq M_1)$ to compare M_1 and M_2 (Chang, 1996).

Definition 5: The probability that the convex fuzzy numbers are larger than the convex fuzzy numbers $M_i (i = 1, 2, \dots, k)$ can be defined as:

$$V(M \geq M_1, M_2, \dots, M_k) = V[(M \geq M_1) \text{ and } M \geq M_2 \text{ ve } \dots M \geq M_k = \min V(M \geq M_i), \quad i = 1, 2, \dots, k$$

Assume That: $d'(A_i) = \min V(S_i \geq S_k), k = 1, 2, \dots, n; k \neq i$ The weight vector, $W' = (d'(A_1), d'(A_2), \dots, d'(A_n))^T, A_i (i = 1, 2, \dots, n)$. n element weights are calculated. Then we obtain the weight vectors by normalization. $W = (d(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))^T$ W is a non-blurred number. For each criteria, the S value was calculated by summing the L, M and U totals calculated ($L_{Sum} = 165.5, M_{Sum} = 212.37$ ve $U_{Sum} = 261.92$) in Table 4 and the inverse $1/L_{Sum} = 0.006042, 1/M_{Sum} = 0.004709$ and $1/U_{Sum} = 0.003818$ totals. Calculation of the L, M and U values for the S values shown in Table 8 is given below for Criteria 1. It is calculated the same way for the other criteria.

$m_1 \geq m_2$, otherwise $\frac{l_1 - u_2}{(m_2 - u_2) - (m_1 - l_1)}$ the smallest S values were calculated and reported in Table 6. Also, weights are determined by normalization of Min S values.

Table 6. S Probability Values of the Comparative Matrix of General Criteria to be Used Account and Weight Calculation Step 4

	s1	s2	s3	s4	s5	s6	s7	s8	s9	s10	s11
1	0	1.000000	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	0	1	0.736938	0.75741	0.388401	0	1	0.843406	0	0	1
3	0	1	1	1	0.597805	0	1	1	0	0	1
4	0	1	1	1	0.618985	0.00	1	1	0	0	1
5	0	1	1	1	1	0.36323	1	1	0.350593	0.328041	1
6	0	0.976705	0.711019	0.733273	0.365425	0	1	1	0.947878	0.928764	1
7	0	1.00	0.912682	1	0.54836	0	1	0.819932	0	0	1
8	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1
9	0.001826	1	1	1	1	1	1	1	1	0.982363	1
10	0.00	0.678039	0.372814	0.416816	0.047745	0	0.705352	0.514281	0	0	1
The Smallest + value (w)	0	0.678039	0.372814	0.416816	0.047745	0	0.705352	0.514281	0	0	1
Normalize (w)	0.00	0.18	0.10	0.11	0.01	0.00	0.19	0.14	0.00	0.00	0.27

Table 7 shows the weight of each criteria. These weights will be parametric values of the general criteria in the system after calculating the weights of the alternatives of the criteria and will be assigned automatically.

Table 7. FAHP weights of comparative matrix of general criteria to be used Line averages

Learning Method	Scholarship Earned	Discipline Punishments	Parents	Where family reside	Family vehicle	Mother's Salary	Father's Salary	Number of Brother / Sister On (Primary School)	Number of Brother / Sister On (High School)	Number of Brother / Sister On (University)
0	0.18	0.10	0.11	0.01	0	0.19	0.14	0	0	0.27

Table 8 shows the weights of alternatives of the general criteria. These weights are used in the system in which each criteria is weighed in Table 7 and in Table 8 the weight of alternatives in that criteria are synchronized and used in the calculation of the score of each student applying to the system.

Table 8. New Weighed General Criteria Table

	Learning Method	Scholarship Earned	Discipline Punishments	Parents	Where family reside	Family vehicle	Mother's Salary	Father's Salary	Number of Brother / Sister On (Primary School)	Number of Brother / Sister On (High School)	Number of Brother / Sister On (University)
Option 1 (alternative)	0.751	0.69	0.90045	0.06	0.08	0.83	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
Option 2 (alternative)	0.249	0.10	0.09955	0.22	0.19	0.17	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07
Option 3 (alternative)		0.21		0.72	0.72		0.13	0.13	0.13	0.13	0.13
Option 4 (alternative)							0.26	0.26	0.26	0.26	0.26
Option 5 (alternative)							0.50	0.50	0.50	0.50	0.50

Consistency Control for AHP

The following four-step procedure is used to check the consistency of the decision makers'

comparisons, showing an estimate of the weights of the decision makers indicated by W (Winston, 2004). The consistency between the Consistency Index (CI) and the Consistency Rate is verified. Where λ_{max} is the eigenvalue corresponding to the matrix of co-wise comparisons, and n is the number of elements being compared.

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$$

The consistency rate (CR) is defined as: $CR = \frac{CI}{RCI}$

Random consistency indices (RCI) are given in Table 9.

Table 9. Mean RCI values

Number of Criteria (n)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RCI	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

It is generally accepted that the CR value is below 0.1. Otherwise, double comparative comparisons should be made in order to reduce the inconsistency. The values found for the consistency calculation are shown in Figure 6 and Figure 7.

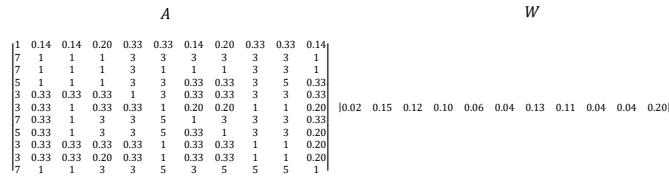


Figure 6. The AHP weights of the Comparative Matrix (A) of the General Criteria in Table 7

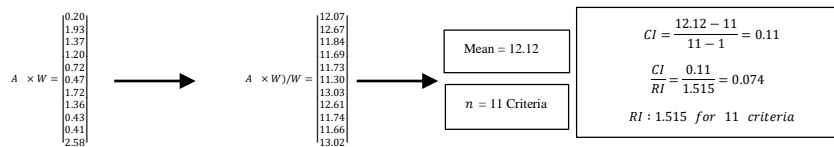


Figure 7. Consistency Calculation of CI / RI Value

When the $\frac{CI}{RI}$ value was found to be less than 0.074, 0.10, the comparative matrix of the criteria in Table 6 proved to be consistent.

TOPSIS Method and Steps to be used

TOPSIS is a method which is developed by Hwang and Yoon in 1981. This method is based on multi criteria decision making problem which is the nearest positive ideal solution (A⁺) and the ideal solution is the furthest negative ideal solution (A⁻) for selected alternatives. For example, a positive ideal solution maximizes functionality and minimizes cost while negative ideal solution maximizes cost and minimizes functionality. In the TOPSIS process, the performance ratings and the weights of the criteria are given as exact values (Lengacher & Cammarata, 2012).The steps of the TOPSIS model are as follows (Tsaur, 2011):

Step 1: Create a decision matrix for the sequence. The weights of criteria and alternatives in FAHP are evaluated for each student according to the available data in Table 10.

Step 2: The decision matrix is normalized using the following equation. $e^i = \left[\frac{a_{ij}(a_i)}{\sqrt{\sum_{j=1}^m |a_{ij}(a_i)|^2}} \right]$; i =1, 2, ..., m; and j = 1, 2, ..., n

Step 3: The weighed normalized decision matrix is calculated by multiplying with the weights of the normalized decision matrix. $e^*_{ij} = \pi_j \times e^i_{ij}$; i=1, 2, ..., m; ve j=1,2,..., n π_j is the weight of the j criteria.

Table 10. Evaluation table of weighted criteria and alternatives by FAHP

Student Number	Criteria 1	Criteria 2	Criteria 3	Criteria 4	Criteria 5	Criteria 6	Criteria 7	Criteria 8	Criteria 9	Criteria 10	Criteria 11
Student 1	0.751	0.69	0.90045	0.06	0.72	0.17	0.13	0.5	0	0.07	0.03
Student 2	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0	0.07	0.13
Student 3	0.751	0.1	0.90045	0.72	0.08	0.17	0.26	0.26	0	0.07	0.03
Student 4	0.751	0.1	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0	0.07	0.03
Student 5	0.249	0	0.90045	0.06	0.72	0.83	0.5	0.07	0	0.03	0.03
Student 6	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.5	0.03	0.07	0
Student 7	0.751	0.69	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.07	0	0.03	0.07
Student 8	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.07	0	0	0.07
Student 9	0.751	0.69	0.90045	0.06	0.72	0.17	0.5	0.26	0	0	0
Student 10	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.83	0.5	0.07	0.03	0.03	0.03
Student 11	0.751	0	0.90045	0.06	0.72	0.17	0.5	0.26	0	0	0
Student 12	0.751	0.69	0.90045	0.06	0.72	0.17	0.5	0.5	0	0	0
Student 13	0.751	0	0.90045	0.06	0.19	0.17	0.5	0.26	0.03	0	0
Student 14	0.751	0	0.90045	0.06	0.72	0.83	0.5	0.26	0.03	0	0
Student 15	0.751	0.69	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0.03	0.03	0
Student 16	0.751	0.1	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.07	0	0	0
Student 17	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0.03	0	0.03
Student 18	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.26	0.26	0.03	0.03	0
Student 19	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.07	0	0.07	0
Student 20	0.751	0.1	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.07	0	0	0
Student 21	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.83	0.5	0.26	0	0	0
Student 22	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.07	0	0	0
Student 23	0.751	0.1	0.90045	0.06	0.08	0.83	0.5	0.03	0	0	0
Student 24	0.249	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0	0	0
Student 25	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.83	0.5	0.07	0	0	0
Student 26	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0	0	0
Student 27	0.249	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.07	0.07	0	0.03	0
Student 28	0.751	0	0.90045	0.06	0.08	0.17	0.5	0.26	0	0	0

negative value of Si is found.

Table 13. + Ideal solution value and - Ideal solution value

	Criteria 1	Criteria 2	Criteria 3	Criteria 4	Criteria 5	Criteria 6	Criteria 7	Criteria 8	Criteria 9	Criteria 10	Criteria 11
(+) Ideal solution value	0	0.079666141	0.018898224	0.100942923	0.001048956	0	0.038285915	0.052971054	0	0	0.195309096
(-) Ideal solution value	0	0	0.018898224	0.00841191	0.00397499	0	0.005360028	0.003178263	0	0	0

Step 6: Using the following equation, the relative proximity coefficient of i alternatives for ideal solution is calculated.

$$c_i^* = \frac{D_i^-}{D_i^+ + D_i^-}, \quad i = 1, 2, \dots, m \quad 0 \leq c_i^* \leq 1$$

Step 7: All alternatives are arranged based on the decreasing values of c_i^* and the optimal choices.

Table 14. c_i^* calculation table

	square root (D_i^+ , Ideal Distance)	square root (D_i^- , Negative Ideal Distance)	c_i^*
Student 1	0.1791187	0.104360189	0.368140955
Student 2	0.1247218	0.200176691	0.616120635
Student 3	0.1683307	0.107503964	0.389740534
Student 4	0.1912054	0.062189749	0.24542597
Student 5	0.1992556	0.05608919	0.219669605
Student 6	0.2308450	0.059799	0.205746532
Student 7	0.1371617	0.136342539	0.498502512
Student 8	0.1586191	0.110646255	0.410919012
Student 9	0.2181683	0.089579816	0.291081599
Student 10	0.1992350	0.05620037	0.220017934
Student 11	0.2322587	0.040961559	0.149921382
Student 12	0.2166816	0.099549636	0.314800118
Student 13	0.2322403	0.041065935	0.150256138
Student 14	0.2322587	0.040961559	0.149921382
Student 15	0.2181495	0.089649472	0.291259787
Student 16	0.2316438	0.035325094	0.132319644
Student 17	0.1956165	0.061108583	0.238031206
Student 18	0.2329670	0.028598651	0.109336407
Student 19	0.2352970	0.033384972	0.12425459
Student 20	0.2316428	0.035325094	0.132319644
Student 21	0.2322411	0.041113668	0.150404085
Student 22	0.2352970	0.033384972	0.12425459
Student 23	0.2325133	0.035069991	0.131061966
Student 24	0.2322411	0.041113668	0.150404085
Student 25	0.2352970	0.033384972	0.12425459
Student 26	0.2322411	0.041113668	0.150404085
Student 27	0.2375896	0.005517458	0.022695593
Student 28	0.2322411	0.041113668	0.150404085

Table 14 contains the square root of D_i^* ideal distance and D_i^- negative ideal distance values. The values of c_i^* calculated according to the formula of $c_i^* = \frac{D_i^-}{D_i^+ + D_i^-}$ are in Table 14.

Conclusion

The scores of 37 students who applied for the posts of ‘computer maintenance’ (1 student) and ‘using certain software, updating, and taking pictures’ (1 student) advertised by Cukurova

University Department of Health, Culture and Sports based on Existing Scoring System are given in Table 15.

The students who appear in Table 15 are the part of the students ranked according to the existing scoring system and FAHP – TOPSIS system according to the answers given by the students to the general criteria questions at the 1st request of Unit. The results are different from FAHP and TOPSIS from the current scoring system; therefore, this may lead to changes in sequence. In this table, the scores for students who apply to work for Health, Culture and Sports Department by using the results of table 7 and table 8 are calculated and ranked by TOPSIS.

Table 15. According to the General Criteria, students who have been selected and ranked by existing scoring system and students who are ranked by FAHP and TOPSIS

Current Score and Ranking		Calculation and Sorting with FAHP and TOPSIS	
Point	Student Number	Student Number	Point
26	Student 1	Student 2	0.616120635
23	Student 2	Student 7	0.498502512
22	Student 3	Student 8	0.410919012
22	Student 4	Student 3	0.389740534
20	Student 5	Student 1	0.368140955
20	Student 6	Student 12	0.314800118
19,5	Student 7	Student 15	0.291259787
19,5	Student 8	Student 9	0.291081599
19	Student 9	Student 4	0.24542597
19	Student 10	Student 17	0.238031206
19	Student 11	Student 10	0.220017934
18,5	Student 12	Student 5	0.219660605
18	Student 13	Student 6	0.205746532
18	Student 14	Student 28	0.150404085
18	Student 15	Student 26	0.150404085
17,5	Student 16	Student 24	0.150404085
17,5	Student 17	Student 21	0.150404085
17	Student 18	Student 13	0.150256138
17	Student 19	Student 14	0.149921382
17	Student 20	Student 11	0.149921382
17	Student 21	Student 20	0.132319644
16,5	Student 22	Student 16	0.132319644
16,5	Student 23	Student 23	0.131061966
16	Student 24	Student 25	0.12425459
16	Student 25	Student 22	0.12425459
15,5	Student 26	Student 19	0.12425459
15	Student 27	Student 18	0.109336407
15	Student 28	Student 27	0.022695593

Criteria used in FAHP and TOPSIS implementations were compared with each other according to their significance levels. If this comparison was consistent, calculations were made according to the alternative corresponding values of the parameters. Evaluation of participants determined by using these parameters that is calculated by different student

specifications can be made more fairly. A numerical value is obtained for each criteria and their alternatives by using FAHP. The results which are obtained by using this method are much better than the current method used for selecting the most suitable applicants who are different from each other.

A student who has more than 10.000 TL monthly revenue and 2 brothers / sisters in university has an advantage over another student who has less than 1000 TL monthly revenue and no brothers / sisters in the current scoring system. In this new system, these problems can be eliminated by weighing among criteria.

In this study, the methods used for selecting part-time students are aimed to be conducted more fairly. The part-time student module is encoded in the asp (active server page) language at the relevant internet address of the unit. The current method was not effective since the criteria used were not related with each other. In this developed system, correlation degree of each criteria with the other criteria was compared and weighed by applying the FAHP and TOPSIS method. Alternatives related with criteria are also weighed by using this method. These weights are applied for the request which contains “1 student for computer maintenance related to Health, Culture and Sports Department, and 1 student (2 students in total) to use certain software, update and take pictures”.

In this developed new software, new criteria and new alternatives for these criteria can be added. Therefore, this system can be useful for health, culture and sports departments of the other universities as well. Each unit can compare and change general criteria and their weights consistent with each other in their human resources departments.

This new software and database can be integrated with the other multi-criteria decision-making techniques and the results can be compared with each other. By this way, a wide range of data can be gathered for choosing the right decision-making technique.

References

- Anık, Z. (2007, Haziran). Nesne Yönelimli Yazılım Dillerinin Analitik Hiyerarşi Ve Analitik Network Prosesi İle Karşılaştırılması Ve Değerlendirilmesi. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ayhan, M. B. (2013). A Fuzzy Ahp Approach For Supplier Selection Problem: A Case Study In A Gearmotor Company. International Journal of Managing Value and Supply Chains, 4(3), 11-23. doi:10.5121/ijmvsc.2013.4302

- Chang, D. Y. (1996). Applications Of The Extent Analysis Method On Fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 4(7), 649-655. doi:10.1016/j.ejor.2007.01.050
- Erdoğan, İ. (1991). İşletmelerde Personel Seçimi ve Başarı Değerleme Teknikleri. İstanbul: İşletme İktisadı Enstitüsü Yayınları.
- Felek, S., Yurdakul, Y., & Aladağ, Z. (2007). Mobil İletişim Sektöründe Pazar Paylaşımının Tahmininde Ahp Ve Anp Yöntemlerinin Kiyaslaması. *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 18(1), 6-22.
- Fülop, J. (2019, March 21). Introduction to Decision Making Methods. <https://pdfs.semanticscholar.org/e0d8/d4fd210c4aeae40560c7332711c7cc8dc5df.pdf> adresinden alındı
- Laarhoven, V. (1983). A Fuzzy Extension Of Saaty's Priority Theory. *Fuzzy Sets and Systems*, 1(11), 199-227. doi:10.1016/S0165-0114(83)80082-7
- Lengacher, D., & Cammarata, C. (2012). A Two-Phase Data Envelopment Analysis Model for Portfolio Selection. *Advances in Decision Sciences*, 1-9. doi:10.1155/2012/869128
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2001). *Models, Methods, Concepts & Applications of The Analytic Hierarchy Process*. New York: Springer.
- Tsaur, R. C. (2011). Decision Risk Analysis For An Interval TOPSIS Method. *Applied Mathematics and Computation*, 8(218), 4295-4304. doi:10.1016/j.amc.2011.10.001
- Winston, W. L. (2004). *Operations Research: Applications and Algorithms (4. b.)*. Canada: Thomson Learning.



The screenshot shows the main interface of the 'SKS BURLAR MODÜLÜ, SÜRÜM 1.1' software. It features a 'SAYIN' section with several data tables and filters. The tables are organized into columns: 'YARI ZAMANLI BAŞVURU SORGULARI', 'BURS BAŞVURU SORGULARI', 'TUTARLIK SORGULARI', 'MODÜLLER', 'GİRSİLER', and 'ÇIKIŞ'. The 'MODÜLLER' column is highlighted. Below the tables, there is a 'SAYIN' section with a table of data. The table has columns for 'Yarı Zamanlı Öğrenci Modülü', 'Birim Öğrenci İstekleri Modülü', 'Öğrenci No', 'Ad Soyad', 'Bölüm', 'Yarı Zamanlı Öğrenci Modülü', 'Birim Öğrenci İstekleri Modülü', and 'E-Para'. The table contains several rows of data, including names like 'MUSTAFA YILMAZ', 'MUSTAFA YILMAZ', 'MUSTAFA YILMAZ', 'MUSTAFA YILMAZ', 'MUSTAFA YILMAZ', 'MUSTAFA YILMAZ', and 'MUSTAFA YILMAZ'.

Figure 2 : Images from this developed software

“RESILIENCE” KAVRAMINA ÖRGÜT BAĞLAMINDA TÜRKÇE KARŞILIK ÖNERİLERİ

Merve GERÇEK¹
Dilek YILMAZ BÖREKÇİ²

ÖZ

Bu çalışmada, sosyoloji, psikoloji, işletme ve çeşitli mühendislik alanlarında kullanılan “resilience” kavramına, işletme yönetimi ve endüstri mühendisliği alanlarındaki çalışmalarda kullanılmak üzere örgüt bağlamında Türkçe bir karşılık önerilmesi amaçlanmıştır. Esneklik, geri sıçrama, eski haline dönme ve uyum sağlayabilme gibi anlamları bulunan “resilience” kavramının farklı yaklaşımlar çerçevesinde aynı anlamda kullanılmadığı görülmüştür. Söz konusu kavramın farklı anlamlarda kullanılması, Türkçe çalışmalarda birbirinden farklı kelimelerin tercih edilmesine yol açmaktadır. Bu çalışmada, örgüt ve çalışan bağlamında kullanılan “resilience” kavramını diğer akademik disiplinlerdeki kullanımından ayırarak yeni bir kelime üzerinde görüş birliğine varılması için önerilerde bulunulmuştur. Bu öneriler, Türkiye’deki dilbilimciler ve ilgili alanlardaki uzmanların değerlendirilmesine sunulmuştur. Örgüt ve çalışan bağlamında “resilience” kavramı için tercih edilecek ayrıştırıcı bir karşılığın öğrenciler, araştırmacılar ve uygulamacılar için Türkçe çalışmaların anlaşılabilirliğinin ve ulaşılabilirliğinin artırılmasında faydalı olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Resilience, Örgütsel Dayanıklılık, Dayanıklılık

PROPOSAL OF TURKISH EQUIVALENTS FOR “RESILIENCE” CONCEPT IN ORGANIZATIONAL CONTEXT

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide a Turkish equivalent for the concept of “resilience”, oftenly used in sociology, psychology, business administration and various engineering fields, in the context of organizational studies. Resilience, which has the meaning of flexibility, bouncing back and adaptability, have been observed to be in use with different connotations within the frameworks of different approaches. The use of the concept with different meanings leads to the preference of different words in Turkish studies. In this study, the concept of “resilience” is treated in the context of organization and employee. It is aimed to differentiate the concept from its uses in other academic disciplines and suggestions are provided for reaching a consensus on a new word or a group of words. These recommendations are presented to the evaluation of linguists and experts in related fields in Turkey. In the context of the organization and the employee, a distinctive new equivalent to the concept of “resilience” is expected to be useful for students, researchers and practitioners in improving the intelligibility and the accessibility of Turkish studies.

Keywords: Resilience, Organizational Resilience, Psychological Resilience

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Hereke MYO, merve.gercek@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7076-8192

² Doç.Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Mühendislik Fakültesi, dborekci@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0055-4869

Received/Geliş: 07/07/2019 Accepted/Kabul: 09/09/2019, Derleme/ Conceptual article

Cite as/Alıntı: Gerçek, M., Yılmaz Börekçi, D. (2019), “Resilience Kavramına Örgüt Bağlamında Türkçe Karşılık Önerileri”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.198-213.

Giriş

Günümüzde uluslararası bilim alanında giderek artan oranda çalışılan “resilience” olgusunun Türkçe çalışmalarda kullanımı konusunda bir dil ve anlam birliği sorunu olduğu gözlenmektedir (Yılmaz Börekçi ve Gerçek, 2017). Hemfikir olunan ve söz konusu kavramın güncel anlamını ifade eden bir karşılığın üretilmesi durumunda, Türkiye kökenli çalışmaların disiplinler arası bütünleştirilmesi ve geliştirilmesi ivmeleneyecektir. Aynı zamanda, Türkçe yayınlanacak çalışmalarda ortak görüş birliğine varılan bir Türkçe karşılığın kullanılması öğrenciler, araştırmacılar ve uygulamacılar açısından çalışmaların anlaşılabilirliğine ve ulaşılabilirliğine katkı sağlayacaktır. Bu çalışma ile bu arayışa katkı sunmak amaçlanmaktadır.

“Resilience” kavramı, genellikle dayanıklılık, esneklik, uyum sağlayabilme, toparlanabilme ve eski haline dönebilme gibi anlamları karşılamak için çeşitli akademik disiplinlerde kullanılmaktadır. Fizik ve mekanik disiplinlerinde “resilience” kavramının maddelerin esnekliği ve zorlandıktan sonra eski haline dönme gücü olarak tanımlandığı görülmüştür (Klein, Nicholls ve Thomalla, 2003). Önceleri maddelerin fiziksel bir özelliği olarak tanımlanan “resilience” kavramı Timmerman’ın (1981) çalışmalarından sonra sosyal bilimler alanında da sıklıkla karşılaşılan bir kavram haline gelmiştir. “Resilience” kavramı, sosyal bilimler alanında iktisat, işletme, sosyoloji gibi disiplinlerde sistemlerin krizler ya da beklenmedik olumsuzluklar karşısında ayakta durabilme, eski haline gelebilme ve değişimlere uyum sağlayarak yeni yetenekler kazanması anlamında kullanılmaktadır. Psikoloji, eğitim ve tıp gibi disiplinlerde ise “resilience” kavramının, bireylerin hayatlarını herhangi bir şekilde etkileyebilecek olumsuzluklara karşı başa çıkabilme, kendini toparlayabilme ve uyum sağlayabilme şeklinde tanımlanan bireysel bir özellik olarak ele alınmaktadır.

Uluslararası çalışmalarda, “resilience” kavramının ele alınış biçiminin, bu kelimenin önüne belirleyici bir kelime daha eklenerek (örn. psychological resilience, organizational resilience, career resilience) ayrıştırma yapıldığı ancak, Türkiye kökenli çalışmalarda birbirinden farklı kelimelerin tercih edildiği görülmüştür (Yılmaz Börekçi ve Gerçek, 2017). Bu çalışmada, işletme alanı başta olmak üzere, endüstri mühendisliği, iktisat, örgüt sosyolojisi gibi işletme bağlamında yapılan çalışmalarda “resilience” kavramı için diğer disiplinlerde kullanılan tanımlardan ayrıştırıcı bir Türkçe karşılık önerisi sunmak amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde, çalışmanın ilk kısmında “resilience” kavramının tanımlarına ve farklı disiplinlerde nasıl kullanıldığına değinilmiştir. Ardından, bu çalışmanın hedef aldığı akademik bağlam olan örgüt ve çalışan bağlamları açısından “resilience” kavramının nasıl tanımlandığı ve özellikleri irdelenmiştir. Bir sonraki bölümde, Türkiye kökenli çalışmalarda sosyal bilimler alanında tercih edilen Türkçe karşılıklar açıklanmış ve “resilience” kavramının örgüt ve çalışan bağlamında ayırt edicilikleri değerlendirilmiştir. Son olarak, Türkçe karşılık önerilerinde bulunulmuş ve sunulan bilgiler değerlendirilmiştir.

“Resilience” Kavramının Tanımları ve Kullanımları

İngilizce “Resilience” olarak yazılan ve bazı Türkçe kaynaklarda İngilizce okunuşu “rezilyans” olarak kullanılan esneklik, dayanıklılık, geri sıçrama gibi anlamlarda kullanılan “resilience” kelimesinin kökeni, Latince bir kelime olan “resilire”den gelmektedir. “Resilire”, Latince’de sıçrama veya geri gelme, sekme, geri çekilme ve

eski haline geri dönme anlamlarını taşımaktadır (Latin-Dictionary). Günümüzde “resilience” kelimesinin, İngilizce’deki anlamlarından bazıları aşağıdaki gibidir:

- Zorluklardan çabuk düzelmeye kapasitesi; dayanıklılık (Oxford English Dictionary),
- Bir maddenin veya nesnenin yeniden şekillenebilmesi; esneklik (Oxford English Dictionary)
- Gerilmiş bir gövdenin özellikle basınç gerilmesinin neden olduğu deformasyondan sonra boyutunu ve şeklini geri kazanabilmesi (Merriam-Webster Dictionary),
- Bir talihsizlik veya değişim sonrası kolayca iyileşebilme ya da uyum sağlayabilme becerisi (Merriam-Webster Dictionary),
- Zor ya da kötü bir şey olduktan sonra tekrar mutlu, başarılı, vb. olma yeteneği (Cambridge English Dictionary),
- Bir maddenin büküldükten, esnetildikten veya preslendikten sonra olağan şekline dönme yeteneği (Cambridge English Dictionary),
- Sorunların ardından bir önceki iyi duruma hızla geri dönebilme kalitesi (Cambridge English Dictionary)

“Resilience” kelimesinin İngilizce tanımlarına bakıldığında, fiziksel bir maddenin esneklik ve yeniden eski haline gelebilme özelliği açısından somut bir özellik olarak ve sorunların ardından iyileşebilme ve dayanıklılık özelliği açısından soyut bir özellik ve süreç olarak iki farklı şekilde tanımlanmış olduğunu söylemek mümkündür. Bu ayrım doğrultusunda, “resilience” kavramının 1970’ler öncesinde daha çok mekanik biliminde maddelerin fiziksel dayanıklılığı ve esnekliğini ifade etmek için kullanıldığı görülmektedir (Klein vd., 2003). “Resilience” kavramının sosyal bilimlerde kullanılan bir kavram haline gelmesi, Holling’in (1973) ekosistemler üzerinde yürüttüğü çalışmalarla başlamıştır. Holling (1973), ekosistemlerin devamlılığını incelerken, sistemlerin geçici bir rahatsızlıktan sonra dönme yeteneğini ifade etmede “resilience” kavramını kullanmıştır. Yazar bu kavramı kullanırken, sabit sistemlerden farklı olarak “resilient-resilience özelliğine sahip olan” sistemlerin değişimlerin üstesinden gelebilecek dinamikliğe sahip olduğunu öne sürmüştür.

Sosyal bilimlerde “resilience” kavramını en belirgin şekilde kullanan ilk araştırmacı, toplumların “resilience” düzeylerini inceleyen Timmerman (1981) olmuştur. Yazar, toplumlar, toplumdaki kurumlar ve ekonomilerin davranışsal etkileşimlerini açıklayabilmek için “resilience” kavramını kullanmıştır. Yazara göre “resilience”, bir sistemin ya da sistemin parçasının, tehlikeli bir olayın oluşmasının ardından sağ kalma yeteneğinin bir ölçütüdür.

“Resilience” kavramının fiziksel sistemler, ekonomik sistemler, sosyo-ekonomik sistemler, psikoloji, afet yönetimi, işletme ve mühendislik alanlarında farklı kullanım şekillerinin olduğu görülmüştür. “Resilience” kavramını anlayabilmek için farklı yaklaşımları ve kullanım alanlarını gözden geçirmekte fayda bulunmaktadır. (Ponomarov ve Holcomb, 2009). Tablo 1’de “resilience” kavramının farklı yaklaşımlara göre tanımları sunulmuştur.

Tablo 1. Rezilyans Kavramının Tanımları

Yazar	Yaklaşım	Tanım
Bodin ve Wiman (2004)	Fiziksel sistemler	Bir yer değiştirmenin ardından sistemin denge noktasına ulaşma hızı
Holling (1973)	Ekolojik sistemler	Sistemlerin sürekliliği, değişime ve düzenin bozulmasına dayanarak durum değişkenleri arasındaki ilişkileri devam ettirebilme kabiliyetinin ölçütü
Walker, Holling, Carpenter ve Kinzig (2004)	Ekolojik sistemler	Bir sistemin herhangi bir bozulmaya dayanması ve devam eden değişim karşısında yeniden organize olurken mevcut işlevi, yapısı, kimliğini ve geri veri akışını geri kazanma kapasitesi
Gunderson (2000)	Ekolojik sistemler	Bir sistemin, davranışı kontrol eden değişken etmenler ve süreçlerin yapıyı bozmasından önce katlanabileceği bozulmanın büyüklüğü
Tilman ve Downing (1994)	Ekolojik sistemler	Bir sistemin, bozulmanın ardından denge noktasına dönme hızı
Timmerman (1981)	Sosyo-ekonomik sistemler	Bir sistemin ya da sistemin parçasının, tehlikeli bir olayın oluşmasından sağ kalma yeteneğinin ölçütü
Walker, Carpenter, Anderies, Abe, Cumming, Janssen, Pritchard (2002)	Sosyo-ekonomik sistemler	Bir sistemin, herhangi bir bozulma sistemin yapısını ve işlevini değiştirdiyse yeniden organize olabilmek ya da yenilenebilmek için gerekli öğeleri elde edebilme ve işlevselliğini sürdürebilme kabiliyeti
Carpenter, Walker, Anderies ve Abel (2001)	Sosyo-ekonomik sistemler	Bir sistemin, başka bir takım süreçler tarafından kontrol edilerek farklı bir duruma geçmesinden önce katlanabildiği bozulmanın büyüklüğü
Luthans, Vogelgesang ve Lester (2006)	Psikoloji	Karşıtlık durumundan geliştirilebilir geri sıçrayabilme kapasitesi
Coutu (2002)	Psikoloji	Gerçekliğin kabulü, hayatın anlamlılığına dair güçlü bir inanç ve doğaçlama kabiliyetine sahip bireyler
Bruneau, Chang, Eguchi, Lee, O'Rourke, Reinhorn, Shinozuka, Tierney, Wallace ve von Winterfeldt, (2003)	Afet yönetimi	Sosyal birimleri tehlikeleri yatıştırma, gelecek depremlerin etkilerini azaltacak ve sosyal bozulmaları minimize edecek iyileştirme faaliyetleri gerçekleştirme kabiliyeti
Paton, Smith ve Violanti (2000)	Afet yönetimi	Kendini düzeltme, öğrenilmiş beceriklilik ve büyüme süreci, bireyin önceki denetimleri ve yeteneklerinden daha yüksek düzeyde psikolojik olarak işlev göstermesi
Hollnagel, Woods ve Leveson (2006)	Mühendislik	Farklılaşma, değişim, zarar görme, bozulma ve sürprizleri sezme, tanıma, uyum sağlama ve ortadan kaldırma yeteneği
Hamel ve Valikangas (2003)	İşletme/Örgüt Bağlamı	Sürekli yeniden inşa kapasitesi
Horne ve Orr (1998)	İşletme/Örgüt	Bir olayın beklendik döngüsünü bozan belirgin

	Bağlamı	değişimlere üretken şekilde cevap verme özelliği
McDonald (2006)	İşletme/Örgüt Bağlamı	Çevreyi yönetebilme ve çevrenin ihtiyaçlarına uyum sağlayabilme özellikleri

Bhamra, R., Dani, S., ve Burnard, K. (2011)'den uyarlanmıştır.

“Resilience” kavramı sosyo-ekonomik sistemler açısından bir sosyal sistemin, daha önce gerçekleşmiş felaketlerden öğrenmesi ve gelecekte hazırlıklı olabilmek için kendisini düzenleyebilme kapasitesini ifade etmektedir. Sosyo-ekonomik sistem kapasitesi, bir örgüt ya da toplumun, beklenmedik bir talihsizliğin sonuçlarını ya da felaketlerin gerçekleşme riskini azaltmak için kullanabileceği tüm güçlü yanları, kaynakları ve yetenekleridir (Ponomarov ve Holcomb, 2009).

Psikoloji yazınında temelleri klinik çalışmalara dayanan “resilience” kavramı, ilk çalışmalarda sadece bazı insanların sahip olduğu olağanüstü bir özellik olarak görülürken, günümüzde bireylerin sahip olması gereken hayati bir yetkinlik olarak düşünülmektedir. Pozitif örgütsel davranış anlayışının öncülerinden Luthans’a göre (2002), “resilience” kavramı pozitif psikolojik sermayenin bir alt unsurudur. Luthans, Vogelgesang ve Lester’a göre (2006) “resilience”, karşılık durumundan geri sıçrayabilme kapasitesidir. “Resilience”, bireysel düzeyde kişiye olumsuz durumların ardından eski durumuna dönme ve daha etkili bir sorunlarla başa çıkma kapasitesini oluşturmasında, gelişmesinde ve ilerleyişinde katkıda bulunan bir özellik olarak ele alınmaktadır. Bunların yanı sıra, “resilience” kavramı işyerinde bireysel performans ile ilişkili bir kavram olarak incelenerek ölçülebilir bir nitelik kazanmıştır (Block ve Kremen, 1996; Wagnild ve Young, 1993; Coutu, 2002; Waite ve Richardson, 2004; Luthans vd., 2006).

“Resilience” kavramının örgüt bağlamında kullanımı, ekonomik krizlerin yaygınlaşması, bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişimle birlikte ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar ve değişen çevre koşulları ile birlikte artan belirsizlik ve çetin rekabet ortamının yarattığı sorunlarla daha belirgin bir artış göstermiştir. Bunun başlıca sebeplerinden birisi de “resilience” kavramının felaket, talihsizlik, olumsuz ve beklenmedik olaylarla ilgili olması bakımından örgütsel süreçlerle bağlantı kurabilecek bir kavram olmasıdır. Horne ve Orr’a göre (1998), “resilience” bir olayın beklendik döngüsünü bozan belirgin değişimlere üretken şekilde cevap verme özelliğidir. McDonald (2006) ise “resilience”ı, bir örgütün çevreyi yönetebilme ve çevrenin ihtiyaçlarına uyum sağlayabilme özellikleri olarak tanımlamıştır.

Örgütsel (Organizasyonel) Bağlamda “Resilience” Kavramı (Organizational Resilience)

Örgütsel bağlamda “resilience” kavramı, bir örgütün iyileşebilme (Sutcliffe ve Vogus, 2003), uyum sağlayabilme (Holling, 2001; Sutcliffe ve Vogus, 2003; Chang-Richards, Wilkinson, Seville, ve Brunson, 2013; Lee, Vargo ve Seville, 2013; Nilakant, Walker, van Heugten, Baird ve de Vries, 2013), ve dönüşebilme (Hamel ve Valikangas, 2003; Lengnick-Hall ve Beck, 2009; Seville, Stevenson, Brown, Giovinazzi, ve Vargo, 2014; Seville, 2018) yeteneklerini ifade etmektedir. İyileşme yetenekleri örgütlerin hayatta kalmalarına yardımcı olurken, uyum sağlama ve dönüşebilme yetenekleri ise

sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Bir başka deyişle örgütlerin, felaketler karşısında aldıkları yaralardan iyileşerek toparlanabilmeleri, hayatını devam ettirmesiyle ilgili bir durumdur. Ancak, örgütlerin bir krizi atlattıktan sonra hayatta kalmaları, gelecekte karşılaşılabilecekleri farklı krizler sonucunda devamlılığının garantisi olmamaktadır. Bu bağlamda, örgütlerin uyum sağlayabilme ve gerektiğinde dönüşüm geçirebilme özelliklerinin sürdürülebilirlik için oldukça gerekli olduğu düşünülmektedir.

Örgütsel bağlamda “resilience” kavramı çeşitli yazarlar tarafından değişik biçimlerde tanımlanmıştır. Yapılan tanımlara bakıldığında, beklenmedik ve zorlayıcı durumların ardından hayatta kalmak ve bu durumlara uyum sağlayarak dönüşme yeteneği olmak üzere iki farklı yaklaşımın bulunduğu görülmektedir çeşitli tanımları bulunmaktadır (Tablo 2).

Tablo Hata! Belgede belirtilen stilde metne rastlanmadı.. Örgütsel Bağlamda “Resilience” Tanımları

Yazar	Tanım
Wildavsky (1988)	Zamanla büyüyen ve gelişen dinamik bir örgütsel uyum kabiliyeti
Horne ve Orr (1998)	Öngörülemeyen ve beklenen düzeni bozan belirgin bir değişime üretken şekilde cevap verebilmenin temel bir özelliği
Mallak (1998)	Asgari düzeyde stresle başa çıkarken acil durumlara olumlu uyumlu davranışlar tasarlama ve gösterebilme kabiliyeti
Coutu (2002)	Organizasyonun gerçeklikle yüzleşmesi, açıkça görülmeyen çözümleri ortaya çıkarabilme ve güçlüklerden anlam çıkarabilme kabiliyeti
Sutcliffe & Vogus (2003), Vogus & Sutcliffe (2007)	Organizasyonun zorlayıcı koşullara karşı gösterdiği uyumun devamlılığı ve bu koşulların üstesinden daha güçlü bir halde gelebilmesi
Hamel ve Valikangas (2003)	Devamlı yeniden yapılanma kapasitesi
Fiksel (2007)	Değişimlere karşı hayatta kalma, uyum gösterme ve büyüme kapasitesi
McDonald (2006)	Çevrenin ihtiyaçlarına uyum sağlayabilme ve çevrenin değişkenliğini yönetebilme kabiliyeti
Hollnagel, Woods ve Leveson (2006)	Değişkenlik, değişim, bozulma, parçalama ve sürprizleri tespit etme, tanıma ve uyum sağlama kabiliyeti
Lengnick-Hall, Beck ve Lengnick-Hall (2011)	Organizasyonun yaşamını tehdit eden yıkıcı olaylara etkin bir şekilde dayanabilme, duruma özgü cevaplar geliştirebilme ve dönüşümcü faaliyetleri gösterebilme kabiliyeti

Ponis ve Koronis (2012)’den uyarlanmıştır.

Akgün ve Keskin (2014)’e göre, bir organizasyonun yıkım sonrası eski haline dönme kapasitesi ve anılan “resilience” kavramı, bu bakış açısıyla pasif bir değişken olarak görülmektedir. Yazarlara göre, bir örgütün yalnızca ürün kaynaklı sorunlara cevap aramasındansa, proaktif adımlar atması ve değişken çevre koşullarında veya beklenmedik olaylar daha gerçekleşmeden, yeni ve daha iyi ürünler üretebilmesi, yeni yetenekler ve beceriler geliştirilebilmesi, “resilience” kavramının ürün yenilikçiliği (product innovation) bağlamında kullanılacak aktif bir özelliktir. Lengnick-Hall ve

Beck'in (2009) ifadesiyle bir örgütün "resilience" kapasitesi (resilience capacity), bir örgütün kararlı bir şekilde ilerlemesini ve yıkıcı olayların zayıflatıcı sonuçlarının üstesinden gelmesini sağlayacak bireysel düzeydeki bilgi, beceri ve yetenek ile örgütsel rutinlerden oluşan bütünleşik bir seti ifade etmektedir. Ayrıca, örgütsel "resilience" kapasitesini oluşturan bilgi, beceri, yetenek ve diğer özelliklerin geliştirilmesinde bireysel düzeyde "resilience" kapasitesinin geliştirilmesi ve bazı stratejik insan kaynakları yönetiminin de rolü önem taşımaktadır (Lengnick-Hall vd., 2011).

Sutcliffe ve Vogus (2003) "resilience" kavramını bireylerin, grupların ve örgütlerin güçlüklerin üzerinden gelme, zorluklara rağmen faaliyetlerini sürdürebilme ve daha güçlü hale gelme olarak tanımlamışlardır. Carmeli, Friedman ve Tishler (2013)'a göre "resilience" kavramı, zorlukla mücadele ve bu duruma uyum becerisi olarak iki boyutlu bir yapıya sahiptir. "Resilience" kavramı, beklenmeyen olaylarla başa çıkma ve örgütsel öğrenmeye olanak tanıyan bilişsel, duygusal, ilişkisel ya da işlevsel kaynakların yaratılması ya da korunması sonucu ortaya çıkmaktadır. "Resilience", örgütsel yetkinliği geliştiren, verimliliği arttıran ve yeni yeteneklerle örgütlerin büyümesini ve gelişmesini sağlayan süreçler, yapılar ve uygulamalara dayanmaktadır (Vogus ve Sutcliffe, 2007). Bu sayede organizasyonlar, karşılaştıkları olumsuz durumlarla mücadele etme yollarını öğrenerek hayatta kalma ve sürdürülebilirlik gücünü kazanmaktadırlar.

Burnard ve Bhambra'nın (2011) nin altını çizdiği üzere "resilience" kavramı hem örgüt içinde hem de örgütler arası kırılmalarda bağlantıları koruyucu bir işleve sahiptir. Bunun nedeni yaşanabilecek krizlerin yalnızca örgüt içinde değil aynı zamanda paydaşlarla ilgili de olabilmesidir. Bir başka anlatımla, örgütü olumsuz etkileyebilecek durumlar örgüt içi faaliyetler müşteri ilişkileri çalışan ilişkileri ve örgütün etkileşimde olduğu tüm dış çevre aktörleriyle bağlantılı olabilir. Bu bakış açısıyla "resilience" kavramının oldukça geniş kapsamlı etkileri olduğu düşünülebilir. Örgütsel "resilience" kavramını operasyonel (işevuruk) ve ilişkisel anlamda ele almak mümkündür (Yılmaz Borekci, Iseri Say, Kabasakal, ve Rofcanin, 2014).

Operasyonel (işevuruk) "resilience"; bir organizasyonun organizasyon içinde ve arasında operasyonel aksamalar olması durumunda görev tamamlama, iş performansı ve ürün sunumu dahil olmak üzere operasyonlarının hayatta kalması ve sürdürülebilirliği olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz Borekçi vd., 2014). Örgütsel bağlamda "resilience" kavramı yalnızca operasyonlarla sınırlı kalmamaktadır. Ponomarov (2009) bu kavramı bir örgütler arası düzeyde incelemiş ancak esas olarak sürdürülebilirlik boyutuna dikkat etmeden ilişkisel esnekliğin hayatta kalma boyutuna odaklanmıştır. Kahn, Barton ve Fellows (2013) söz konusu kavramı, organizasyonlar arasındaki ilişkisel dinamikler açısından analiz etmiştir. Örgütsel dayanıklılık için ağların ve ilişkilerin önemini vurgulayan çalışmalar da bulunmaktadır (Seville vd., 2014; Brown, Seville ve Vargo, 2017). Bu bağlamda örgütsel bağlamda "resilience" (organizational resilience), operasyonel (işevuruk-operational) ve ilişkisel (relational) olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar ise kendi içinde hayatta kalma (sağ kalım) ve sürdürülebilirlik alt boyutlarına sahiptir (Tablo 3).

Tablo 3. “Resilience” Kavramının Analitik Boyutları

<i>Boyutlar</i>	<i>Boyutların Kavramsallaştırılması</i>
Operasyonel (İşe vuruk) “Resilience” (Operational resilience) (Allen, 2011; Ponomarov, 2009; Yılmaz Börekçi v.d., 2015)	1. Operasyonların (faaliyetlerin) hayatta kalması (sağ kalım-survival) Kritik örgütsel faaliyetlerin ve süreçlerin sürekliliği ve insan, makine, bilgi, teknoloji ve fabrika gibi gerekli varlıkların devamlılığı 2. Operasyonların (faaliyetlerin) sürdürülebilirliği (sustainability) Örgütteki ve örgütler arası faaliyet ve süreçlerin yanı sıra gereken varlıkların da uyarlanması ve dönüştürülmesi
İlişkisel “Resilience” (Relational resilience) (Ponomarov, 2009; Kahn vd.,2013; Yılmaz Börekçi vd., 2015)	1. İlişkilerin hayatta kalması (sağ kalım-survival) Karşılıklı güven davranışları, ilişkilerde uzun dönemli yönelim ve bağlılık, ilişkilerin korunması 2. İlişkilerin sürdürülebilirliği (sustainability) Yeni taraflarla ilişkiler kurabilme, yeni ilişkisel dinamikler edinebilme, yeni ilişki birleşimleri oluşturabilme, eski ilişkileri gerektiğinde bozabilme
Örgüt Bağlamında “Resilience” (Organizational resilience) (Glassop, 2007; Yılmaz Börekçi vd., 2015; Sutcliff & Vogus, 2003)	1. Örgütün hayatta kalması (sağ kalım-survival) Örgütlerin hayatta kalabilmesi için gerekli kaynakları ve yetenekleri, karşılıklı deneyimlerini ve etkinliği korumak 2. Örgütün sürdürülebilirliği (sustainability) Örgütsel kaynaklar ve yeterlilikler yaratan dinamikler ve süreçler, deneyimlerin birleşimi/yeniden birleştirilmesi ve etkinliği arttırmak

Kaynak: Börekçi, D. Y., Rofcanin, Y., Heras, M. L., ve Berber, A. (2018). “Deconstructing organizational resilience: A multiple-case study”. *Journal of Management & Organization*, 1-20.

Çalışanlar Bağlamında “Resilience” Kavramı (Employee Resilience)

Örgütsel bağlamda “resilience” kavramı ele alındığında, birey, grup ve örgüt düzeyi olmak üzere iç ana boyutun varlığı gözlenmektedir. Birey boyutu, çalışanların “resilience” kapasitesi olarak da ifade edilebilecek olan çalışan “resilience”ı (employee resilience) olarak yazında kullanılmaktadır. Çalışan “resilience”ı psikoloji ve örgütsel davranış alanında özellikle 2010 sonrası sıklıkla incelenmeye başlanan bir olgudur (Cooke, Cooper, Bartram, Wang, ve Mei, 2016; Tonkin, Malinen, Näswall, ve Kuntz, 2018).

Avey, Luthans ve Jensen’e (2008) göre, “resilience” çalışanların çalkantılı ve stresli işyeri durumları karşısında kullanabileceği içsel bir kaynaktır. Youssef ve Luthans (2007), bir kaynak olarak “resilience”, geliştirildiğinde ve etkili bir biçimde yönetildiğinde bireysel ve örgütsel çıktıları olumlu etkileyebilme özelliğine sahip olduğunu öne sürmüşlerdir. Çalışan “resilience”ını etkili bir şekilde irdeleyebilmek için, psikolojik “resilience” kavramından ayrıştırılması önem taşımaktadır. Bunun nedeni, psikolojik “resilience” kavramının, bireylerin günlük yaşamda karşılaşılabilecekleri zorluklar ve tehditler karşısında problem çözme ve hayatlarına devam edebilme becerileri ile ilgiliyken, çalışan “resilience”ının örgüt tarafından desteklenen, başa

çıkma, uyum sağlama ve dönüşme yeteneklerini geliştirecek kaynakları ifade etmesidir (Gerçek ve Yılmaz Börekçi, 2017; Tonkin vd., 2018). Bu bakış açısıyla, psikoloji alanında bireyler için kullanılan “resilience” kavramı ile örgüt alanında kullanılan “resilience” kavramı arasında belirgin farklılıklar olduğunu söylemek mümkündür.

“Resilience” kapasitesine sahip çalışanlar, zorluklar karşısında olumlu ve yetkin bir şekilde karşılık verebilir ve sadece hayatta kalmak yerine gelişerek geri dönüp, belirsizlikten daha çok şey öğrenebilirler (Luthans, Avey, Avolio, Norman ve Combs, 2006). Çalışan “resilience”ı, “zorlu koşullarla karşılaştığında, örgütte sürekli olarak uyum sağlamak ve gelişmek üzere kaynakları kullanmak için örgüt tarafından mümkün kılınan ve desteklenen çalışan kapasitesi” olarak tanımlanmıştır Kuntz, Naswall ve Malinen (2016). Kuntz vd.’nin (2016) kavramsallaştırmasına göre çalışan “resilience”ı üç temel varsayım üzerine kuruludur. Bu varsayımlar, bireysel “resilience”ı kapsamakla birlikte işlevsel olarak farklı olması; öğrenme, uyum sağlayabilme ve ağ oluşturabilme gibi unsurlara dayanan davranış temelli bir kavram olması ve uygun örgütsel sistemlerin varlığında geliştirilebilir ve sürdürülebilir olmasıdır. Kuntz vd.’nin (2016) yaklaşımı, Luthans’ın (2002) dayanıklılık tanımını içermekle birlikte, daha önceki kuramlarda önerildiği gibi kararlı bir kişilik özelliği yerine “geliştirilebilir bir kapasite” olarak (bkz. Wagnild & Young, 1993) tanımlanmıştır. Bu kapasitenin geliştirilmesi, çalışanların gelecekte daha esnek ve uyarlanabilir olmaları için değişim ve sıkıntı ile geçmiş deneyimlerden faydalanabilecekleri anlamına gelmektedir (Avey, Luthans ve Jensen, 2009; Tugade ve Fredrickson, 2004).

Bir örgütün “resilience” kapasitesi, sahip olunan örgütsel yetenekler, rutinler, uygulamalar ve süreçler olarak kabul edilmektedir (Lengnick-Hall ve Beck, 2005;2009). Kuntz vd.’nin (2013) varsayımlarında sözünü ettiği örgütsel destek, birey düzeyinde “resilience” kapasitesini geliştirmeyi amaçlayan bir takım politika, prosedür ve uygulamalardır. Lengnick-Hall vd.’ye göre (2011) örgütsel “resilience” kapasitesi, insan kaynakları yönetimi uygulamaları aracılığıyla geliştirilmiş bireysel bilgi, beceri, yetenek ve diğer özelliklerden beslenmektedir. Dolayısıyla, örgütsel “resilience” kapasitesinin ilk basamağının, çalışan “resilience” kapasitesini oluşturmak olduğu yorumu yapılabilir. Başka bir anlatımla, örgütlerin beklenmedik olaylar karşısında nasıl eyleme geçeceği, hayatta kalabilmeleri ve değişimlere ayak uydurabilmelerinin temelinde çalışanların bilişsel, davranışsal ve bağlamsal yeteneklerine bağlı olduğu söylenebilir. Çalışanların, örgütsel bağlamda operasyonel (işevrük) ve ilişkisel düzeylerde benimseyeceği tutum ve davranışlar birikimli olarak grup ve örgüt düzeyindeki çıktılara yansımaları öngörülmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında özellikle son dönem çalışmalarda (örn. Britt vd., 2016; Nguyen vd., 2016; Shoss, Jiang ve Probst, 2016) çalışanlar bağlamında “resilience” kavramının psikolojik bağlamdaki “resilience” kavramından ayrıştırıldığı görülmüştür, Türkçe çalışmalarda da bu ayrımın kaçınılmaz hale geldiğine işaret etmektedir.

Resilience Kavramının Türkçe Çalışmalarda Tercih Edilen Karşılıkları ve Yeni Öneriler

“Resilience” kavramının sosyal bilimler kapsamında ulusal makale ve lisansüstü tezlerde eğitim, felsefe, işletme, psikoloji ve siyasal bilgiler alanlarında sıklıkla kullanılan bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Yılmaz Börekçi ve Gerçek’in

(2017) çalışmasında, “resilience” kavramının sosyal bilimlerde çeşitli çalışmalarda kullanılan Türkçe karşılıkları incelenmiştir. Bu çalışmada görüldüğü üzere, YÖK veri tabanında “resilience” kavramını içeren tezlerde ve ULAKBİM ulusal veri tabanında Türkçe karşılık olarak, dayanıklılık, dirençlilik, direniş, esneklik, kendini toparlama, sağlamlık ve yılmazlık kelimelerinin kullanıldığı görülmüştür (örn. Gizir, 2016; Öz ve Bahadır Yılmaz, 2009; Yıldırım, 2016; İşcan ve Malkoç, 2017). Bu çalışmada, YÖK Veri Tabanında “resilience” kavramını içeren lisansüstü çalışmalarda “resilience” kelimesinin Türkçe karşılığının alanlara göre dağılımı incelendiğinde en fazla lisansüstü tezin psikoloji alanında yapıldığı belirlenmiştir. Bütün alanlarda en çok tercih edilen Türkçe karşılığın ise “dayanıklılık” olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara dayanarak, yapılan çalışmalardaki Türkçe karşılık tercihinin belirleyicisinin araştırmannın alanı ve amacı olduğu söylenebilmektedir.

Türkiye’de yönetim ve organizasyon alanında düzenlenen bir kongrede “resilience” kavramının işletme bağlamında kullanımında kelimenin okunuşu olan “rezilyans” kelimesi kullanılmıştır (Kırbaşlar ve Yılmaz Börekçi, 2014). Yazarların diğer bir çalışması ise “resilience” kelimesi yerine “Yine/yenilenme kapasitesi” ifadesi kullanılarak yayınlanmıştır (Gerçek ve Yılmaz Börekçi, 2017).

Daha önce bahsedildiği üzere, “resilience” kavramı farklı disiplinlerde farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Bununla birlikte, başta işletme alanı olmak üzere örgüt bağlamında yapılan çalışmalarda da özellikle psikolojik açıdan bireysel düzeyde bir özellik olarak tanımlanan “resilience” kavramı için kullanılan dayanıklılık kelimesinin de kullanıldığı görülmüştür. Bu örgüt bağlamında kullanımı, örgütsel öğrenme, değişim-dönüşüm, sağ kalım-sürdürülebilirlik gibi “resilience” kapasitesinin temel unsurlarına çağrışım yapmakta yetersiz kalmaktadır. Bu bağlamda yeni bir kelime veya kelime grubunun önerilmesi uygun bulunmuştur.

“Resilience” (resilient) kavramını anlamsal olarak karşılamak üzere aşağıda yine/ yenilenme (yine/ yenilenen) ve sürdürerek aşma (sürdürerek aşan) Türkçe karşılık önerileri sunulmuştur. Bu öneriler yapılırken “resilience” kavramının güncel geniş kapsamının yani sağ kalım ve sürdürülebilirlik alt boyutlarının her ikisinin birden içerilmesine ve örgütsel bağlamda kullanımına dikkat edilmiştir. “Resilience” kavramı çok boyutlu bir kavram olduğu için, daha önceki çalışmalarda da görüldüğü üzere (bkz. “kendini toparlama”) tek bir kelime ile dilimizde ifade edilmesinin güç olacağı düşünülererek bazı sözcük grupları önerilmiştir.

Yine/ Yenilenme (Yine/yenilenme veya Yine Yenilenme)

“Resilience” kavramı; hem yinelenme (eski formuna dönebilme, tekrar etme) hem de yenilenme (değişim, dönüşüm) yeteneği, kapasitesi ve süreci olduğu için her ikisini birlikte karşılayan bir kavram arayışında bu karşılık bulunmuştur. “Yine” kelimesi, Arapça “mükerrer”, Türkçe ise ilk olarak Orhun Yazıtları’nda rastlanan bir kelime olarak tekrarlamak, dönmek, geri getirmek anlamlarını taşımaktadır (Etimoloji Türkçe). “Yinelenme” kelimesi, Arapça “takarrür”, tekrarlanmak, bir kez daha yapılmak anlamlarını taşımaktadır. “Yeni” kelimesi, bir sıfat olarak kullanılmamış, en son edinilen, o güne kadar söylenmemiş, görülmemiş, eskisinin yerine gelen anlamlarında kullanılmaktadır (Türk Dil Kurumu). “Yenilenmek” kelimesi, bir nesnenin yerine yenisinin konulması ve canlanmak anlamlarını taşımaktadır (Türk Dil Kurumu). Yine/Yenilenme ifadesinin “resilience” kavramının eski haline dönme (yine) ve değişimlere uyum sağlayarak eskisinden daha iyi bir hale gelme (yenilenme)

özelliklerini açıklamakta yeterli olduğu söylenebilir. Yazarların önceki çalışmalarında da (Gerçek ve Yılmaz Börekçi, 2017; Gerçek ve Yılmaz Börekçi (yayın aşamasında)) örgüt bağlamında “resilience” kavramının karşılığı olarak “yine/yenilenme” ifadesi kullanılmış ve kabul görmüştür.

“Yine-yeni-yeniden” kelime grubu dilimizde şarkı sözlerinde de yer almış (Tunç ve Gürel, 1992), günlük dilde de olumsuzluklara rağmen devam etme karalılığını anlatmak üzere kullanımda olan bir ifadedir. Yine/ yenilenme ifadesinin tek kelime olmaması ve taksim işaretiyle kullanımı dezavantaj olarak görülebilir. Ayrıca yinelenme ve yenilenme iç içe geçmeden ziyade kesintili süreçler çağrışımı yapabilir. Bu bakımdan, taksim işareti olmadan “yine yenilenme” kullanımı da düşünülebilir.

Sürdürerek Aşma

Sürdürerek aşma ifadesi makale yazarlarından birinin sinema ile ilgili bir okuması (Kayalı, 1994) sırasında dikkatini çekmiştir. Buradaki sürdürme (orijinal form) ve aşmanın (değişme, dönüşme) iç içe oluşu ve tekil bir ifade gibi algılanması “resilience” kavramının karşılığı olarak kullanılabilme gücünü göstermektedir. Sürdürme ifadesinin arada yaşanabilecek kopuklukları ve tökezlemeleri gizlemesi olumsuz olarak değerlendirilebilir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmanın amacı, farklı disiplinlerde kullanılan “resilience” kavramının özellikle işletme alanında örgüt bağlamında yapılacak çalışmalar için kullanılmak üzere bir Türkçe karşılık önerisi sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, “resilience” kavramının tanımı ve kullanım alanları hakkında gerekli bilgiler sunulduktan sonra örgüt ve çalışan bağlamında ne anlama geldiği irdelenmiştir. Yapılan tanımlardan hareketle, “resilience” kavramının farklı bilim dallarında benzer anlamları taşıdığı ancak, birebir aynı anlama gelmediği yorumu yapılabilir. Dolayısıyla bu çalışmada, “resilience” kavramını, işletme, endüstri mühendisliği, örgüt araştırmaları gibi alanlarda diğer alanlardan ayırıştırabilecek örgüt ve çalışan bağlamında Türkçe karşılıklar önerilmesi uygun görülmüştür.

“Resilience” kavramı hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak değişken çevre koşulları sonucu örgütlerin krizlere daha açık hale gelmesiyle örgüt çalışmalarında sıklıkla tercih edilen bir unsur olarak ele alınmaktadır. “Resilience” kavramının örgüt ve çalışan bağlamında önem taşımasının başlıca nedeni, örgütlerin beklenmedik tehditler karşısında nasıl ayakta kalabileceklerine yönelik stratejiler geliştirmeye başlamasıdır. Bir başka deyişle, örgütler zaman içinde nasıl krizlere karşı ayakta durabileceklerinin cevabını “resilience” kapasitesi geliştirmekte bulmuşlardır. Bir örgütün krizlere karşı ayakta durabilme ve gerektiğinde uyum sağlayabilme gücü olarak tanımlanan örgütsel “resilience”, birey düzeyinde çalışanlarla başlayan bir süreç olmasının yanı sıra bilişsel, davranışsal ve bağlamsal bir bileşimdir (Lengnick-Hall vd., 2011). “Resilience” kavramı, yalnızca eski haline dönmeyi değil, örgütsel öğrenme yöntemleriyle hatalardan ders çıkarmayı ve yeni özellikler kazanarak yeni bir şekle bürünebilme anlamını da içinde taşımaktadır. Bu bilgiler ışığında, örgüt bağlamında kullanılan “resilience” kavramının diğer disiplinlerdeki kullanımlarından oldukça farklı olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye kökenli çalışmalarda, “resilience” kavramının Türkçe karşılığı olarak oldukça farklı seçimler yapıldığı görülmüştür (Yılmaz Börekçi ve Gerçek, 2017). Bu seçimler genellikle kullanım alanına ve kullanım amacına göre değişmektedir. Özellikle işletme alanında olmak üzere, endüstri mühendisliği ve örgüt psikolojisi gibi alanlarda da psikoloji, eğitim ve tıp alanlarında kullanılan Türkçe karşılıkların tercih edilmesinin gerek örgüt bağlamındaki anlamı karşılamakta yetersiz olması gerekse anlam karmaşası yaratması bakımından olumsuz bir durum olduğu söylenebilir. Bu bakımdan, örgüt ve çalışan bağlamında yapılan çalışmalarda “resilience” kavramı üzerinde görüş birliği sağlanacak Türkçe bir karşılığın bulunmasının araştırmacılar, uygulamacılar ve öğrenciler için oldukça faydalı olacağı düşünülmüştür.

Bu çalışmada “resilience” kavramının örgüt ve çalışan bağlamında kullanımı için iki adet kelime grubu önerilmiştir. “Resilience” kavramının çok boyutlu anlam zenginliği karşısında tek bir kelimenin yeterli olmayacağı görüşüyle kelime gruplarının tercih edilmesi uzmanların görüşüne sunulmuştur. İlk öneri “yine/yenilenme”, “resilience” kavramının eski haline dönme ve yeni özellikler kazanarak dönüşme anlamlarını içeren sağ kalım ve sürdürülebilirlik boyutlarını çağrıştırmakta anlamlı bulunmuştur. Bu önerinin yine/ yenilenme ve yine yenilenme formları da ifade edilmiştir. İkinci öneri olan “sürdürerek aşma” ifadesi ise sağ kalım sağlanırken eskisinden daha iyi bir hale gelme anlamını taşımaktadır. İki önerinin de olumlu ve olumsuz yanları bulunmaktadır. “Resilience” kavramı için yazarlar daha önceki çalışmalarında “yine/yenilenme” ifadesini tercih etmişlerdir. Bu öneriler, dilbilimciler ve ilgili alanlardaki uzmanların görüşüne sunulmuştur. Getirilen önerilerin, örgüt ve çalışan bağlamında “resilience” konusunu inceleyen araştırmacıların ve öğrencilerin ilgili yayınlara ulaşmalarında ve onları anlamalarında faydalı olması beklenmektedir.

Kaynaklar

- Akgün, A.E. ve Keskin, H. (2014). Organisational resilience capacity and firm product innovativeness and performance, *International Journal of Production Research*, 52(23),6918-6937.
- Allen, J. (2011). Measures for managing operational resilience. *EDPACS: The EDP Audit, Control, and Security Newsletter*,44(6), 1–6.
- Avey, J. B., Luthans, F., ve Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human resource management*, 48(5), 677-693.
- Avey, J. B., Luthans, F., ve Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human resource management*, 48(5), 677-693.
- Bhamra, R., Dani, S. ve Burnard, K. (2011). Resilience: the concept, a literature review and future directions, *International Journal of Production Research*, 49(18), 5375-5393.
- Block, J. Ve Kremen, A. M. (1996). IQ and ego-resiliency: conceptual and empirical connections and separateness, *Journal Of Personality And Social Psychology*, 70(2), 349.
- Britt, T. W., Shen, W., Sinclair, R. R., Grossman, M. R., ve Klieger, D. M. (2016). How much do we really know about employee resilience?. *Industrial and*

- Organizational Psychology*, 9(2), 378-404.
- Brown, C., Seville, E., ve Vargo, J. (2017). Measuring the organizational resilience of critical infrastructure providers: A New Zealand case study. *International Journal of Critical Infrastructure Protection*, 18, 37–49.
- Cambridge English Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/resilience>, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Carmeli, A., Friedman, Y. Ve Tishler, A. (2013). Cultivating a resilient top management team: The importance of relational connections and strategic decision comprehensiveness, *Safety science*, 51(1), 148-159.
- Chang-Richards, Y. S., Wilkinson, S., Seville, E., ve Brunson, D. (2017). An organizational capability framework for earthquake recovery. *Earthquake Spectra*, 33(4), 1257–1278.
- Cooke, F. L., Cooper, B., Bartram, T., Wang, J., ve Mei, H. (2016). Mapping the relationships between high-performance work systems, employee resilience and engagement: A study of the banking industry in China. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-22.
- Coutu, D. L. (2002). How resilience Works, *Harvard Business Review*, 80(5), 46-56.
- Etimoloji Türkçe, <https://www.etimolojiturkce.com>, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Gerçek, M. ve Yılmaz Börekçi D., (Yayın aşamasında). Bireysel Yine/Yenilenmeyi (Rezilyansı) Destekleyici İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi
- Gerçek, M., ve Yılmaz Börekçi, D. (2017). Birey Düzeyinde İlişkisel ve Operasyonel Rezilyans (Yine/Yenilenme) Kapasitesi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *İşletme Araştırmaları Dergisi İSARDER*, 9(3), 149-176.
- Gizir, C. A. (2016). Psikolojik Sağlık, risk faktörleri ve koruyucu faktörler üzerine bir derleme çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(28), 113-128.
- Glassop, L. (2007). The three R's of resilience: Redundancy, requisite variety and resources. In R. Kay & K. A. Richardson (Eds.), *Building and Sustaining Resilience in Complex Organisations* (pp. 19–34). San Antonio, TX: ISCE.
- Hamel, G., ve Valikangas, L. (2003). The quest for resilience. *Harvard Business Review*, 81(9), 52–63.
- Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems, *Annual Review Of Ecology And Systematics*, 1-23.
- Holling, C. S. (2001). Understanding the complexity of economic, ecological and social system". *Ecosystems*, 4, 390–405.
- Horne, J.F. ve Orr, J.E. (1998). Assessing behaviors that create resilient organizations, *Employment Relations Today*, 24, 29–40.
- İşcan, G. Ç., ve Malkoç, A. (2017). Özel Gereksinimli Çocuğa Sahip Ailelerin Umut Düzeylerinin Başa Çıkma Yeterliği ve Yılmazlık Açısından İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 120-127.
- Kahn, W., Barton, M. ve Fellows, S. (2013). Organizational crises and the disturbance of relational systems. *Academy of Management Review, AMR-2011*.
- Kayalı, K. (1994). Yönetmenler Çerçevesinde Türk Sineması. Ankara: Ayyıldız Yayınları.

- Kırbaşlar, M. ve Yılmaz Börekçi, D., İnsan Kaynakları Yönetimi Aracılığıyla İlişkisel ve Operasyonel Rezilyans Kapasitesi Oluşurma, 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongres, Muğla, Türkiye, 14-16 Mayıs, Cilt 1, 436-441.
- Klein, R. J., Nicholls, R. J., ve Thomalla, F. (2003). Resilience to natural hazards: How useful is this concept?, *Global Environmental Change Part B: Environmental Hazards*, 5(1), 35-45.
- Kuntz, J. R., Näswall, K., ve Malinen, S. (2016). Resilient employees in resilient organizations: Flourishing beyond adversity. *Industrial and Organizational Psychology*, 9(2), 456-462.
- Latin- Dictionary, <https://latin-dictionary.net/definition/33432/resilio-resilire-resilui>, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Lee, A. V., Vargo, J., ve Seville, E. (2013). Developing a tool to measure and compare organizations' resilience. *Natural Hazards Review*, 14(1), 29-41.
- Lengnick-Hall, C. A. ve Beck, T. E. (2005). Adaptive fit versus robust transformation: How organizations respond to environmental change, *Journal of Management*, 31(5), 738-757.
- Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E. ve Lengnick-Hall, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management, *Human Resource Management Review*, 21(3), 243-255.
- Lengnick-Hall, C. A., ve Beck, T. E. (2009). Resilience capacity and strategic agility: Prerequisites for thriving in a dynamic environment. In C. Nemeth, E. Hollnagel, & S. Dekker (Eds.), *Resilience engineering perspectives* (pp. 39-69). Aldershot: Ashgate Publishing.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior, *Journal Of Organizational Behavior*, 23(6), 695-706.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M., ve Combs, G. M. (2006). Psychological capital development: toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(3), 387-393.
- Luthans, F., Vogelgesang, G. R. ve Lester, P. B. (2006). Developing the psychological capital of resiliency, *Human Resource Development Review*, 5(1), 25-44.
- McDonald, N. (2006). Organisational resilience and industrial risk, *Resilience engineering. Concepts and precepts*. Aldershot: Ashgate.
- Merriam-Webster Dictionary, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/resilience#note-1>, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Nguyen, Q., Kuntz, J. R., Näswall, K., ve Malinen, S. (2016). Employee resilience and leadership styles: The moderating role of proactive personality and optimism. *New Zealand Journal of Psychology (Online)*, 45(2), 13.
- Nilakant, V., Walker, B., van Heugten, K., Baird, R., ve de Vries, H. (2013). Research note: Conceptualising adaptive resilience using grounded theory. *New Zealand Journal of Employment Relations*, 39(1), 6-18.
- Oxford English Dictionary, <https://www.lexico.com/en/definition/resilience>, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Öz, P. D. F., ve Yılmaz, U.H.E B.(2009). Ruh sağlığının korunmasında önemli bir kavram: Psikolojik sağlamlık. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 16(3), 82-89.

- Ponomarov, S. Y. (2009). Understanding operational and relational resilience in buyer-supplier dyads. Society for Marketing Advances (SMA) Conference Proceedings, New Orleans, LA, November 2009.
- Ponomarov, S. Y., ve Holcomb, M. C. (2009). Understanding the concept of supply chain resilience, *The International Journal of Logistics Management*, 20(1), 124-143.
- Seville, E., Stevenson, J. R., Brown, C. O., Giovinazzi, S., ve Vargo, J. (2014). Disruption and resilience: How organisations coped with the Canterbury earthquakes, GNS Science.
- Shoss, M. K., Jiang, L., ve Probst, T. M. (2018). Bending without breaking: A two-study examination of employee resilience in the face of job insecurity. *Journal of occupational health psychology*, 23(1), 1-15.
- Sutcliffe, K.M. ve Vogus, T.J. (2003). Organizing for Resilience, In Cameron, K., Dutton, J.E., and Quinn, R.E. (Eds.), *Positive Organizational Scholarship*. San Francisco: Berrett-Koehler. Chapter 7, 94-110.
- Timmerman, P. (1981). *Vulnerability, Resilience and the collapse of Society, A Review of Models and Possible Climatic Applications*, Toronto, Canada: Institute for Environmental Studies, University of Toronto.
- Tonkin, K., Malinen, S., Näswall, K., ve Kuntz, J. C. (2018). Building employee resilience through wellbeing in organizations. *Human Resource Development Quarterly*, 29(2), 107-124.
- Tugade, M. M., ve Fredrickson, B. L. (2004). Resilient individuals use positive emotions to bounce back from negative emotional experiences. *Journal of personality and social psychology*, 86(2), 320.
- Tunç, O. ve Gürel, A. (1992). “Yine Yeni Yeniden Sev”, http://www.turkcewiki.org/wiki/Aysel_G%C3%BCrel_taraf%C4%B1ndan_yaz%C4%B1lm%C5%9F_%C5%9Fark%C4%B1lar_listesi, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Türk Dil Kurumu, Türkçe Sözlük, <http://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Vogus, T.J. ve Sutcliffe, K.M. (2007). Organizational resilience: towards a theory and research agenda. In *Systems, Man and Cybernetics, 2007. ISIC. IEEE International Conference on Oct 7, 3418-3422*.
- Wagnild, G. ve Young, H. (1993). Development and psychometric, *Journal Of Nursing Measurement*, 1(2), 165-178.
- Waite, P. J. ve Richardson, G. E. (2004). Determining the efficacy of resiliency training in the work site, *Journal of Allied Health*, 33(3), 178-183.
- Yıldırım, G. (2016). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Meslekten Tükenmişlik Ve Psikolojik Yılmazlık Düzeyi İlişkisi. *Electronic Turkish Studies*, 11(14), 811-826.
- Yılmaz Börekçi, D. ve Gerçek, M. (2018). "Resilience" Kavramının Sosyal Bilimlerde Türkçe Kullanımları Bağlamında Değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 41-51.
- Yılmaz Borekci, D., Iseri Say, A., Kabasakal, H., ve Rofcanin, Y. (2014). The quality of relationships with alternative suppliers: The role of supplier resilience and perceived benefits in supply networks. *Journal of Management & Organization*, 20,808–831.

- Yılmaz Borekci, D., Rofcanin, Y., ve Gurbuz, H. (2015). Organizational resilience and relational dynamics in triadic networks: A multiple case analysis. *International Journal of Production Research*, 53, 6839–6867.
- Yılmaz Borekci, D., Rofcanin, Y., Heras, M. L., ve Berber, A. (2018). Deconstructing organizational resilience: A multiple-case study. *Journal of Management & Organization*, 1-20.
- Youssef, C. M., ve Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of Management*, 33(5), 774-800.

TARİHİ YAPILARIN YENİDEN İŞLEVLENDİRİLMESİ: TRABZON MİMARLAR ODASI ÖRNEĞİ

Funda KURAK AÇICI¹
Zeynep Nilsun KONAKOĞLU²

ÖZ

Tarihi yapılar; bir toplumun kültürü, mimarisi, sanatı, gelenek ve göreneği, yaşayış biçimi kısacası geçmişe dair tüm birikimleri hakkında bilgi veren önemli eserlerdir. Fakat günümüzdeki hızlı kentleşme ve nüfus artışıyla birlikte çoğu tarihi yapı zarar görek yok olma tehlikesi ile karşılaşmaktadır. Bu rekabetten kurtulabilen tarihi yapılar ya restorasyona uğramakta ya korunmakta ya da eski kullanımının dışında farklı bir işlevle günümüzde hizmet vermektedirler. Yeniden işlevlendirilen yapılar günümüz yaşantısına katılmaya çalışılmaktadır. Geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Trabzon kenti, kültür ve tarih açısından önemli pek çok tarihi yapıya sahip olmaktadır. Bu yapılardan biri olan Trabzon Mimarlar Odası binası mimarisi ve konumu bakımından önemli olmakla birlikte yapıldığı dönemden günümüze ulaşana kadar farklı işlevlerde hizmet vermiştir. 1996 yılında restorasyona uğrayan ve yeniden işlevlendirilen tarihi bina, eski işlevi olan lojman yerine mimarlar odası, bahçe kafe ve restoran olarak kullanılmaya başlamıştır. Çalışmada, yeniden kullanımda yeni işlev ve işlevin gereksinimleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Mimarlar Odası yerinde gözlem, çizimler ve fotoğraflar ışığında değerlendirilmiştir. Mekan kullanıcılarıyla yapılan yüz yüze görüşmeler ile yapılış amacı dışında günümüz işleviyle varlığını devam ettiren yapının; mekânsal performansının, çevre ve kullanıcılar arasındaki uyumunun ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeniden İşlevlendirme, Tarihi Yapı, Restorasyon, Trabzon Mimarlar Odası

RECONSTRUCTION OF HISTORICAL BUILDINGS: CASE OF TRABZON CHAMBER OF ARCHITECTS

ABSTRACT

Historical places; These are important works that give information about the culture, architecture, art, tradition and tradition of a society and all the experiences of the past. However, with the rapid urbanization and population growth of today, most historical buildings are in danger of being destroyed and destroyed. The historical buildings that can survive this competition are either restored or preserved or serve with a different function other than their former usage. The re-functionalized structures are being tried to participate in today's life. The city of Trabzon, which has been home to many civilizations from the past to the present, possesses many historical structures that are important in terms of culture and history. Trabzon Chamber of Architects building, which is one of these buildings, is important in terms of architecture and location, but has served in different functions from the time it was built until today. The historical building, which was restored and re-functional in 1996, started to be used as an chamber of architects, garden cafe and restaurant instead of its former function. In this study, it is aimed to evaluate the relationship between the new function and its requirements in reuse. In this context, the Chamber of Architects was evaluated in the light of observations, drawings and photographs. Apart from the purpose of being made through face-to-face interviews with the users of the space,

¹ Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, fundakurak@ktu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2592-2266.

² Arş. Gör. Avrasya Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, nilsunkonakoglu@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-1539-305X

Received/Geliş: 06/07/2019 Accepted/Kabul:27/08/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Kurak Açıcı, E. & Konakoğlu, Z.N. (2019), "Tarihi Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesi: Trabzon Mimarlar Odası Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.214-224.

the structure, which continues its existence with today's function; spatial performance, harmony between environment and users.

Keywords: Re-Functioning, Historical Building, Restoration, Trabzon Chamber of Architects

Giriş

Kentin sahip olduğu kültürel ve doğal değerler, kent kimliğini oluştururlar. Kent kimliğinin oluşması için, bu değerlerin sürekliliğinin sağlanması, kentin geçmişinden gelen mesajları geleceğe aktaran maddi ve manevi değerlerin korunması gerekir. Kentin farklı dönemlerine tanıklık etmiş yapılar ve yapı grupları, kentlilerin yaşantısına dahil olarak sözü edilen değerler içerisinde öncelikli konumda yer alırlar. Bu nedenle bir kentte o kentin özgün kimliğine katkısı bulunan ve ait olduğu döneme ilişkin kayda değer mimari ve yaşamsal özellikler taşıyan yapılar ile yapı gruplarının korunması, o kentte kültürel sürekliliğin sağlanmasında ve kentin kimliğinin oluşumunda kimliğin geleceğe taşınmasında önemli bir rol oynar (Biol, 2007). Tarihi yapılar, geçmiş ile bugün, bugün ile gelecek arasındaki bağlantıyı sağlarlar. Geçmişteki sosyolojik, ekonomik, politik ve dinsel yaşam, tarihi yapıların gövdesini oluşturur. Bugün sahip olunan tarihi miras için planlama ve koruma stratejisini etkin hale getirmek çok önemli olmaktadır. Fakat ülkemizde tarihi yapıların çoğu ihmal, yanlış strateji, kasıt ve bilgisizlikle tahrip edilmiş ve pek çoğu kullanılamayacak hale getirilmiştir. Bunun yanında yangınlar, su baskınları, insanların zarar vermesi gibi etkenler de bu süreci tetiklemiştir (Mahrebel, 2006: 1). Bu çalışmada, yeniden kullanımda yeni işlev ve işlevin gereksinimleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda Mimarlar Odası yerinde gözlem, çizimler ve fotoğraflar ışığında değerlendirilmiştir. Mekân kullanıcılarıyla yapılan yüz yüze görüşmeler ile yapılaş amacı dışında günümüz işleviyle varlığını devam ettiren yapının; mekânsal performansı, çevre ve kullanıcılar arasındaki uyumu ortaya koymak amaçlanmaktadır. Çalışmanın bir sonraki bölümünde yeniden işlevlendirme ve tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesinde mekânsal performans, ikinci bölümünde çalışma alanına, çalışmada uygulanan yöntem ve bulgulara yer verilmektedir. Son bölüm de ise sonuçlar tartışılmaktadır.

Yeniden İşlevlendirme

Dünyada hızla değişen ve gelişen kentleşme, çevresel olumsuzlukları, kimliksiz, plansız, geçmiş ve gelecekle bağı olmayan yapıları da beraberinde getirmiştir. Bu yapılar rağmen kent merkezlerinde varlığını sürdürmeye çalışan tarihi yapılar kent kimliğinin önemli bir unsurudur. Süreç içerisinde sosyal ve fonksiyonel özelliklerini yitirse de, yaşadıkları dönemin birikimlerini aktaran tarihi yapıların bu değişimde özgün kimliğinin korunması konusu her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır (Enlil, 1992). Kültür kimliğinin korunması ve kültür varlıklarının sürekliliğinin sağlanması için gerekli bakım ve onarım yapılması gerekmektedir. Restorasyon, tarihi binaya olabildiğince az müdahale ederek tarihi belge ve estetik değerinin korunmasını amaçlar ve birkaç türü bulunmaktadır. Bunlar; Sağlamaştırma, Bütünleme (Reintegrasyon), Yenileme, Yeniden İşlevlendirme (Renovasyon- Rehabilitasyon), Yeniden Yapım (Rekonstrüksiyon), Temizleme, Taşımadır (Kocabıyık, 2014). Bu türlerden biri olan Yeniden İşlevlendirme; tarihi yapıların mimari, estetik, sosyal ve kültürel değerlerini koruyarak, bu yapılarda kullanıcı gereksinimlerine cevap verecek şekilde, mekânsal gereklilikleri yerine getirecek

müdahaleleri de içeren yeni kullanım olanaklarının oluşturulmasıdır. Tarihi yapılarda işlev değişikliği, çağdaş bir koruma anlayışıdır (Gazi ve Boduroğlu, 2015: 58). Bu korumacı yaklaşım, kullanım dışı kalmış, mevcut fonksiyonuyla kullanıcı gereksinimlerini karşılayamayan yapıları yok olmaktan kurtarmaktadır. Bu yapılar için, özgün mekânsal ve yapısal özellikleriyle uyumlu yeni kullanım olanakları oluşturularak, tarihi dokunun devamlılığı sağlanmakta ve kent yaşamının özgün yapısı sürekli kılınmaktadır. Yani işlevsel dönüşümler, toplumun geçmiş üzerinden günümüze tutunmasını sağlayan tarihi değerlerin yeniden hayata geçirilmesini sağlayan yöntemler olarak da tanımlanabilir (Eren Akaydın ve Canbay Türkyılmaz, 2018: 280).

Yeniden işlevlendirme, yapının fiziksel dokusunun yanı sıra simgesel ve sanatsal değerlerini muhafaza etmektir. Yapıların korunması için bu değerlerden biri ya da her ikisine sahip olmaları gerekmektedir. Yalnızca işlevsel olmaları onların korunması için yeterli bir sebep değildir; yapıların kültürel bir konumları da olmalıdır, çünkü bu konum toplumun veya insanlığın kolektif tarih ya da hafızasında önemli bir yere sahiptir veya estetik açıdan değerlidir (Kuban, 2000). İnşa edildiği andan itibaren kullanıcılara hizmet veren ve kültürel mirasın izlerini taşıyan tarihi yapılar, bir toplumun kültürü, mimarisi, sanatı, gelenek ve göreneği, yaşayış biçimi hakkında bilgi veren önemli eserlerdir. Fakat günümüzdeki hızlı kentleşme ve nüfus artışıyla birlikte çoğu tarihi yapı zarar görerek yok olma tehlikesi ile karşılaşmaktadır. Bu tehlike ile karşı karşıya kalan tarihi yapılar yeniden işlevlendirme ile hayat bulabilmektedir. Tarihi yapıların işlevlendirilmesi ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan değerli olmakla birlikte tarihi yaşatma, kültürel mirasa sahip çıkma ve sürdürülebilirlik açısından önemli olmaktadır. Çalışmanın sonraki kısmında yeniden işlevlendirme tarihi yapıların mekânsal performansı hakkında literatür araştırması yer almaktadır.

Tarihi Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesinde Mekân Performansı

Mimari tasarımın özünde insan ihtiyaçları ve alışkanlıkları, başka bir deyişle yaşantının gereklerini karşılamak üzere mekânsal çözümlerin üretilmesi yatmaktadır. Yeniden işlevlendirmede bu ihtiyaç ve gereklilikler mevcut yapının özellikleriyle güçlü bir şekilde ilişkilendirilerek uyum sağlayabilmelidir (Karapınar, 1997; Selçuk, 2006). Yeniden işlevlendirme sadece bina ölçeğinde değil kentsel ölçekte de önemli sonuçlar doğuracak bir konudur. Yeniden işlevlendirilecek yapılar sadece kendi yapısal ömrünü uzatmakla kalmayıp çevresindeki kentsel mekânı da yaşayan bir çevreye dönüştürmekte önemli bir rol oynayacaktır. Bu noktada yapıların dönüştürüldüğü fonksiyon da kentsel çevre için önem kazanacaktır (Taner, 2011; 16). Geçmişteki tarihin izlerini yaşatan ve bugüne ulaşmasına olanak veren birer araç niteliğinde olan bu çevreler güçlü bağlamsal özellikleri ile kent içinde önemli hafıza mekânları meydana getirir. Tarihi yapılar, kentsel sürekliliğin sağlanmasına ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunurlar (Yalçınkaya vd. 2019: 191).

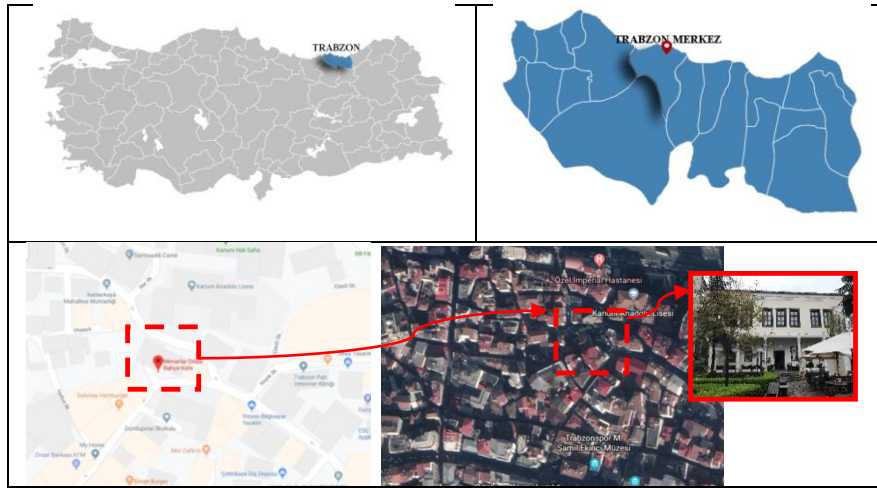
Korumaya değer mimari müdahalelerde, yapının belge özelliklerini korumak ne kadar önemliyse, bir diğer yandan yapılan müdahalenin yapıyla uyumu da en az o kadar önemlidir. Uyum kavramı, iki türlü değerlendirilebilir. Mevcut yapının ya da çevredeki diğer yapıların sahip olduğu tüm özelliklerin birebir korumaya değer yapıya aktarılması da; mevcut yapının ve çevre özelliklerinin benimsenerek günümüz koşullarındaki yorumuyla yapıya aktarılması, bu şekilde taklitten uzak durulması da uyum olarak değerlendirilebilir. Bu noktada önemli olan, yapının kimliğini belirleyen, zaman içinde

kazandığı ve korumaya değer olduğunu gösteren niteliklerin kaybedilmemesi ve günümüzde de yapının ömrünü sürdürmesidir (Kaşlı, 2009; 24-25). Tarih ve kültür aktarımı amacı taşımasının yanında tarihi bir yapıya yeni bir işlev kazandırmanın diğer sebepleri yapıdaki işlevsel eskime ve fiziksel bozulmadır. Bir yapı inşa edilirken kazandırılan işlev zaman içinde geçerliliğini kaybedebilir. Standart bir yapının çoğunlukla 10-20 sene, çok iyi planlanıp inşa edilmiş bir yapının ise 40 sene boyunca özgün işlevini devam ettireceği söylenebilir (Burnley, 1980). Tarihi yapıların işlevlendirilmesi ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan değerli olmakla birlikte tarihi yaşatma, kültürel mirasa sahip çıkma ve sürdürülebilirlik açısından önemli olmaktadır. Yeniden işlevlendirilen yapılar günümüz yaşantısına katılmaya ve varlığını devam ettirmesini sağlamasına çalışılmaktadır.

Çalışma Alanı

Trabzon Doğu Karadeniz Bölgesinin en eski kentlerinden birisidir Tarih boyunca önemli bir liman, tarım, ticaret, kültür ve sanat merkezi olmuştur. Osmanlı fethinden sonra daha çok gelişmiş ve Türk İslam yapıları ile donatılmıştır. Günümüzde şehir hızla ve sağlıksız bir biçimde büyümüş, tarihi dokusu korunamamıştır. Yapılan araştırmalar Osmanlı döneminde şehir merkezinde çok sayıda dini ve sosyal amaçlı yapılar inşa edildiğini göstermektedir. Ne yazık ki bu eserlerin büyük bir kısmı korunmaları için kararlar alınmış olmasına rağmen yıktırılıp yok edilmişlerdir (Karpuz, 1985). Bunun dışında yıkılıp yok edilemeyerek, farklı işlevler yüklenerek varlığını günümüze kadar devam ettiren yapılarda bulunmaktadır. Bu yapılardan biri olan Trabzon Mimarlar Odası binası mimarisi ve konumu bakımından önemli olmakla birlikte yapıldığı dönemden günümüze ulaşana kadar farklı işlevlerde hizmet vermiştir. Tarihi yapısal değeri nedeniyle çalışmada Mimarlar Odası Trabzon Şube Binası irdelenmektedir.

Tablo 1. Mimarlar Odası Konumu ve Yakın Çevresi (30.10.2018 Googleearth üzerinden çalışılmıştır.)



Tablo 1’de Trabzon Mimarlar Odasının konumu verilmektedir. Trabzon Ortahisar’da Kemer kaya Mahallesi’nde yer alan bina kentin merkezinde bulunması nedeniyle ulaşım açısından çok kolay bir noktada yer almaktadır. Bu sayede binaya ulaşım rahatça sağlanabilmektedir.

Tablo 2. Mimarlar Odası Kimlik Bilgileri

	<p>Yapı: Mimarlar Odası Konumu: Trabzon/ Ortahisar Mahalle: Kemer kaya Ada No: 279 Parsel No: 58 Kat Adedi: 4 Özgün İşlevi: Konut Günümüz İşlevi: Mimarlar Odası Yapı Malzemesi: Taş Yapım Tekniği: Yığma</p>
(Kişisel Arşiv, 2018)	

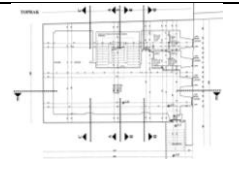

Yöntem

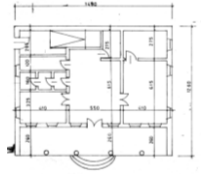
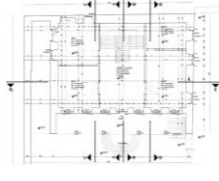

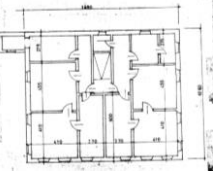
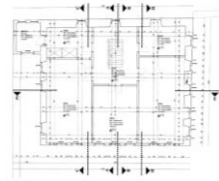
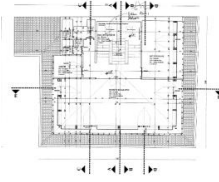



Çalışma iki aşamalı olarak ele alınmaktadır. İlk olarak verilerin elde edilmesi amacıyla literatür araştırması yapılarak yazılı ve çizili kaynaklara ulaşılmış ve koruma kurulundan elde edilen yapıya ait raporlar değerlendirilmiştir. Tarihi yapılarda yeniden işlevlendirme ile ilgili tezler, makaleler, dergiler, internet ortamı, seminerler ve bildiriler taranarak önceki çalışmaların ve değerlendirmelerin analizi yapılmıştır. Araştırmanın bulgular kısmındaki veriler nitel araştırma yöntemlerinden mekân kullanıcılarıyla yapılan görüşme tekniği ile elde edilmiştir.

Bulgular

Yapılan çalışmanın ana kurgusu bu bölümde şekillenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, koruma tekniklerinden biri olan yeniden işlevlendirme ile ömrünü devam ettiren Trabzon Mimarlar Odası zamana bağlı geçirdiği değişimler irdelenmektedir.

Tablo 3. Binanın Zamana Bağlı Değişimi

		1996’dan Önce	1996’dan Günümüze	Görseller
Bodrum Kat		-		

İŞLEV	Zemin Kat			
	Birinci Kat			
	Çatı Kat			
	Doğu Cephe			
	LOJMAN	MİMARLAR ODASI TRABZON ŞUBE BİNASI	(Kişisel Arşiv, 2018)	

Tablo 3'te Trabzon Mimarlar Odası Trabzon Şube Binasının restorasyon yapılmadan önceki lojman işlevi ile kullanılması ve restorasyonlar yapıldıktan sonra günümüzde kullanıldığı işlevler (Mimarlar Odası ve Bahçe Kafe) yer almaktadır. Yapının; bodrum kat, zemin kat, birinci kat ve doğu cephesinin çizimleri görseller ile desteklenmektedir. 1996 yılından önce lojman olarak kullanılan binanın planları incelendiğinde binada değişiklikler olduğu gözlemlenmektedir. Planın ana aksları değişmemekle birlikte yeni düzenlemede girişin hemen karşısına gösterişli bir merdiven konumlanmaktadır. Odalar yeni işlevlerine hizmet verecek nitelikte yeniden düzenlenmiştir. Doğu cephesinde ise sütunların korumaya alındığı ve onarımlar haricince büyük farklılıkların olmadığı görülmektedir. Şekil 1'de binanın restorasyona uğramadan önceki halleri yer almaktadır.



Şekil 1. Mimarlar Odasının 1996 Yılından Önceki Hali (URL1, 2018)

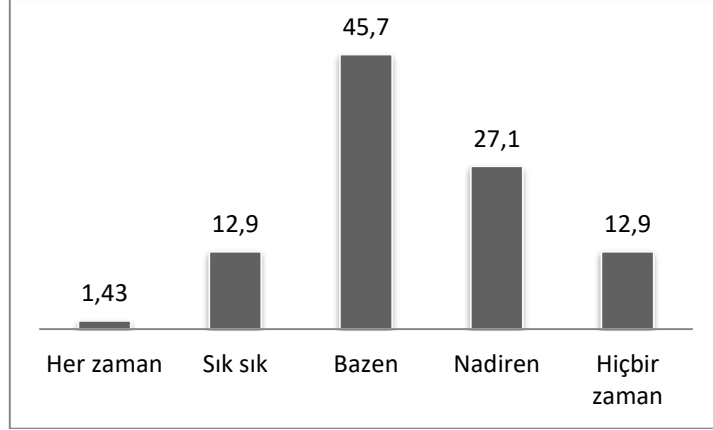
Çalışmanın bu bölümünde; mekân kullanıcıları ile yapılan görüşmelerde yönlendirilen soruların cevaplarından oluşan verilerin, tablolar ve grafikler üzerinden yorumlamaları yapılmaktadır. Görüşme üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, bina kullanıcılarının demografik özellikleri belirlenmektedir. İkinci bölümde, binanın kullanım sıklığı, hangi amaçla kullanıldığı ve kullanım yılı tespit edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü ve son bölümde, binanın kullanıcılar açısından algılanışı değerlendirilmektedir.

Tablo 4. Görüşmeye katılanların sosyo-demografik özellikleri

		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	49	66,2
	Erkek	25	33,8
	Toplam	74	100
Yaş	30 Yaş Altı	33	44,6
	30 Yaş ve Üstü	41	55,4
	Toplam	74	100
Eğitim	Lise	12	16,4
	Lisans	42	56,7
	Lisansüstü	15	20,2
	Doktora	5	6,7
	Toplam	74	100

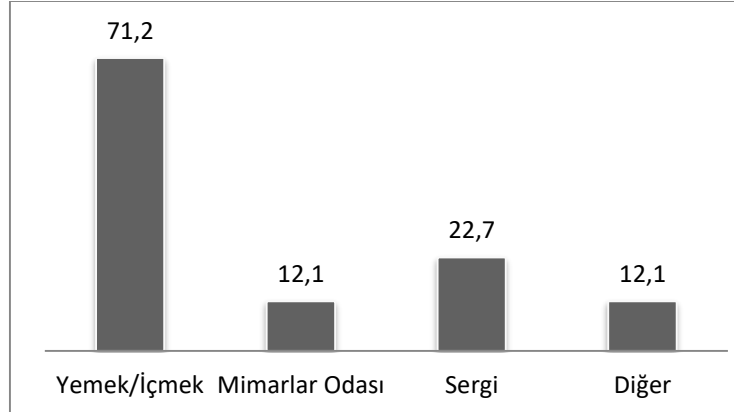
Tablo 4’te mekân kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş, eğitim bilgileri istatistiksel olarak verilmektedir. Tablo sonuçlarına göre araştırmanın örneklemini 49’u kadın 25’i erkek olmak üzere 74 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların %55,4’ü 30 yaş üstü, %56,7’si lisans düzeyinde olmakla birlikte öğretmen, mühendis, akademisyen, mimar gibi farklı alanda meslek gruplarına sahip katılımcılar çalışma örneklemini oluşturmaktadır.

Tablo 5. Trabzon Mimarlar Odasına Gidilme Sıklığı



Tablo 5'te Trabzon Mimarlar Odasına gidilme sıklığının yüzdeler olarak oranları yer almaktadır. Mimarlar Odasının gidilme sıklığı yüzde 47,5 olarak bazen yanıtı en fazla verilen cevap olmaktadır.

Tablo 6. Trabzon Mimarlar Kullanım Amaçları



Tablo 6'da Trabzon Mimarlar Odasının kullanım amaçları yer almaktadır. Katılımcıların %71,2'lik kısmı yemek/içmek, %12,1'lik kısmı Mimarlar Odası için, %22,7'lik bölümü sergi için, %12,1'lik bölümü ise farklı amaçlar için binayı kullanmaktadır.

Tablo 7. Trabzon Mimarlar Odasının Teknik ve İşlevsel Performansının Değerlendirmesi

	Kesinlikle Uygun Değil	Uygun Değil	Orta Uygun	Uygun	Kesinlik le Uygun
Aydınlatma	-	5,66	45,28	45,28	3,77
Akustik	-	11,54	63,46	25,00	-
Havalandırma	1,89	11,32	35,85	47,17	3,77
Isıtma	9,43	16,98	50,94	20,75	1,89
Mekânsal Büyüklüğü	5,66	5,66	43,40	33,96	11,32
Mekânsal Yüksekliği	-	1,89	24,53	50,94	22,64
Mekânsal Esneklik	3,77	16,98	33,96	37,74	7,55
Donatıların Konforu	1,89	16,98	43,40	35,85	1,89
Yapı Çevre İlişkisi	9,43	5,66	24,53	50,94	9,43
Estetik Görünüm	1,89	5,66	28,30	47,17	16,98
Form	-	9,43	33,96	43,40	13,21
Tarihsel His	3,77	7,55	28,30	37,74	22,64

Tablo 7’de Trabzon Mimarlar Odasının teknik ve işlevsel performansının değerlendirilmesi verilmektedir. Alınan cevaplarda katılımcıların çoğunun binanın aydınlatma, akustik, havalandırma, ısıtma, mekânın büyüklüğü, mekânın yüksekliği, mekânın esnek kullanımı, donatıların konforu, yapı çevre ilişkisi, estetik görünüm, form ve tarihsel hissi kullanıcılara göre çoğunlukla orta uygun ve uygun olarak görmektedir.

Tablo 8. Trabzon Mimarlar Odasının Algıya Dayalı Değerlendirmesi

	1	2	3	4	5
Ferah	3,77	5,66	30,19	39,62	20,75
Güzel	-	5,66	22,22	27,78	27,78
Huzurlu	1,89	3,77	33,96	26,42	26,42
Konforlu	3,85	15,38	50,00	7,69	7,69
Kullanışlı	1,92	7,69	51,92	13,46	13,46
Düzenli	3,85	11,54	44,23	15,38	15,38
Bakımlı	1,92	13,46	42,31	5,77	5,77
Lüks	9,62	30,77	36,54	1,92	1,92

Tablo 8’de Trabzon Mimarlar Odasının teknik algıya dayalı değerlendirilmesi yer almaktadır. Tabloda verilen kavramlar en düşük 1 en yüksek 5 olmak üzere puanlandırılması istenmiştir. Bina ferah ve güzel olarak yüksek puan alarak, huzurlu, konforlu, kullanışlı, düzenli, bakımlı ve lüks olarak orta derecede nitelendirilmektedir. Görüşmenin son kısmında binanın kullanımına dair önerdikleri değişiklikler ve binanın şuan ki olumlu ve olumsuz özelliklerinin ne olduğu tespit edilmektedir. Alınan cevaplara göre binanın genellikle şehir merkezinde bulunması, tarihi değerlere sahip çıkması bakımından olumlu bulunması ile daha fazla etkinlik ile çevre ilişkisinin artırılması, bahçe mobilyalarının daha farklı olması beklenmektedir.

Sonuç

Somut kültürel mirasın en önemli temsilcileri olan tarihi yapılar, geçmişin önemli temsilcileri ve kentin kültürel, mimari, sanatsal, bilimsel özelliklerini taşıyan önemli kimlik öğeleridir. Bu yüzden günümüzde küreselleşmenin ve kentleşmenin etkisi ile kaybolmakta olan tarihi yapıları korumak toplumun görevidir. Bütünleme, sağlamaştırma, taşıma gibi pek çok çeşidi bulunan restorasyon binanın yok olmasını engelleyerek binayı canlı tutmaktadır. Çalışmada restorasyonun türlerinden biri olan tarihi çevrelerin yeniden işlevlendirilmesi ele alınarak tarihi değerlerin korunması, kaybolmadan sürdürülebilirliğinin sağlanması üzerine vurgu yapılmaktadır. Bu amaçla çalışmada, yeni işlev verilmiş olan Trabzon kentinde yer alan kültür ve tarih açısından önemli yapılardan biri olan Trabzon Mimarlar Odası binası sürdürülebilirlik bağlamında yeni işlevine adaptasyonu, mekânsal analizlerle ve sözlü görüşmelerle analiz edilmiş mekânsal performansının, çevre ve kullanıcılar arasındaki uyumunun ortaya koyulmuştur.

Sonuç olarak; 1996 yılında yeniden işlevlendirilerek eski işlevi lojman olan bina Trabzon Mimarlar Odası olarak sürdürülebilirliğini fiziksel olarak sağlamaktadır. Yeni işlevinin mekânsal gereksinimlerini sağladığı görülmektedir. Bina, konumu itibarı ile de kendi özgünlüğünü çevresine yansıtmakta ve bahçesi ile uyumlu bulunmaktadır. Yapılan görüşmeler ışığında, binanın genel olarak korunduğu, yeniden işlevlendirilmesi ile de tarihi değerlere sahip çıktığı gözlemlenmektedir. Bu tür uygulamalar ile tarihi değeri olan eserlerin gelecek kuşaklara aktararak yaşamaya devam etmesi kentlerin geçmiş-bugün-gelecek ilişkisini canlı tutmaktadır. Trabzon Mimarlar Odası olarak ve bahçe kafe olarak hizmet veren binanın, kentin yaşamına katılması ile kentin belleğindeki yeri her geçen gün daha da sağlamlaşmaktadır.

Şekillerin Listesi

Şekil 1: Mimarlar Odasının 1996 Yılından Önceki Hali

Kaynaklar

- Biol, G. (2007). Bir Kentin Kimliği ve Kervansaray Oteli Üzerine Bir Değerlendirme. *Arkitekt Dergisi*, Kasım-Aralık 2007, 514, 46-54. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37479037/BIROL_KERVANSARAY_makale.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1544996769&Signature=JimCqfmnj42ZL5nYVA9J5pGAI54%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DBir_Kentin_Kimligi_ve_Kervansaray_Oteli.pdf Erişim Tarihi: 11.12.2018
- Burley, R. (1980). *Redirecting the Theater of the Built Environment, Old & New Architecture: Design Relationship*, The Preservation Press, National Trust for Historic Preservation, Washington D.C.
- Eren Akaydın, Özlem ve Canbay Türkyılmaz Çiğdem (2018). "İşlevsel Dönüşüme Uğramış Yapılarda Ergonomi Kavramı; Üsküdar Nevmekan Örnek İncelemesi", *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, sayfa: 279-292, e-ISSN: 1308-6693, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/604304> Erişim Tarihi: 15.12.2018

- Enlil, Z. (1992). Tarihi Bir Çevreyi Yaşatmak: Paris Ve Bologna'da Bütüncül Koruma Yaklaşımları. *Ytü Mimarlık Fakültesi Yayını*, Mf Şbp 92.039/02, 199-204.
- Gazi, A. & Boduroğlu, E. (2015). İşlev Değişikliğinin Tarihi Yapılar Üzerine Etkileri "Alsancak Levanten Evleri Örneği. *Megaron*, 10(1):57-69, sayfa: 57-69. https://www.researchgate.net/profile/Aylin_Gazi/publication/277579582_The_Effects_of_Refunctioning_to_the_Historical_Houses/links/563b453808aeed0531de0f3e/The-Effects-of-Re-functioning-to-the-Historical-Houses.pdf Erişim Tarihi: 11.12.2018
- Karapınar, M. (1997). Çevre İhtiyaç Programı Verilerinin Mimari Tasarıma Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karpuz, H. (1985). Trabzon'da Yok Olan Bazı Türk Devri Yapıları. *Vakıflar Dergisi*, XIX.
- Kaşlı, B. (2009). İstanbul'da Yeniden İşlevlendirilen Korumaya Değer Endüstri Yapıları ve İç Mekân Müdahaleleri: Santraistanbul Örneği. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kişisel Arşiv (2018). Mimarlar Odası İç ve Dış Mekan Fotoğrafları
- Kocabıyık, Y. (2014). "Yeniden İşlevlendirme Kavramı ve Bu Kapsamda İTÜ Taşkışla Binasının İncelenmesi", Maltepe Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kuban, D. (2000). Tarihi Çevre Korumanın Mimarlık Boyutu: Kuram ve Uygulama, YEM Yayın, İstanbul
- Mahrebel, H. A. (2006). Tarihi Yapılarda Taşıyıcı Sistem Özellikleri, Hasarlar, Onarım ve Güçlendirme Teknikleri. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Selçuk, M. (2006). Binaların yeniden işlevlendirilmesinde mekansal kurgunun değerlendirilmesi. Diss. Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- URL1 (2018). Mimarlar Odasının 1996 Yılından Önceki Hali, <https://www.mimarlarodasitrabzon.org/> Erişim Tarihi: 28.12.2018
- Taner, S. (2011). İstanbul Endüstri Yapılarının "Loft" Kavramı Çerçevesinde Yeniden İşlevlendirilmesi. İTÜ Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Yalçınkaya, Ş., Kurak Açıcı, F., Faiz Büyükcım, S. (2019). Tarihi Çevrede Yeni Yapı Tasarımı ve Daniel Libeskind. 189-200.

BASIC DETERMINANTS OF PUBLIC SUPPORT FOR TURKEY'S EU MEMBERSHIP WITH RESPECT TO COGNITIVE LEVEL OF RESPONDENTS

Sefer YILMAZ¹
Azmi YALÇIN²

ABSTRACT

In this paper, basic determinants of public support for Turkey's EU membership were analyzed. The data utilized for the study was obtained from Eurobarometer Surveys, and covered a period of nine years, from 2010 to 2018. Unlike earlier studies in which the data was usually collected within a span of a few years, this study, however, consisted of a public opinion aggregate that stretched up to almost a decade. Besides, different from previous studies, in this, effects of determinants were investigated with respect to EU-awareness level of the respondents. Our findings suggest, in line with literature, that the strongest determinant regarding support for integration, was found to be the "expected benefit", and that the factor "fear of loss of cultural identity" seemed to have a meaningful and negative impact on support for EU membership. However, different from similar studies, the findings do suggest that, as respondents' cognitive level increased, the effects of "loss of cultural identity" on public support decreased to a level where it became statistically insignificant. On the contrary, the impacts of "expected benefit" and "trust in the EU" variables were detected to increase as the cognitive level of respondents rises. No meaningful relationship was observed between the factors of "age-gender-trust in government" and the dependent variable.

Keywords: Organizations, International Organizations, European Union, Public Opinion

KATILIMCILARIN BİLİŞSEL DÜZEYLERİNE GÖRE TÜRKİYE'NİN AB ÜYELİĞİNİN TEMEL BELİRLEYİCİLERİ

ÖZ

Bu makalede, Türkiye'nin AB üyeliğine yönelik kamuoyu desteğinin unsurları incelenmektedir. Çalışmada kullanılan veriler 2010-2018 dönemindeki dokuz yıla ait Eurobarometer anketlerinden elde edilmiştir. Sadece birkaç yılı kapsayan önceki çalışmalarda olduğunun aksine, bu çalışmada neredeyse on yıla yakın bir döneme ait kamuoyu tutumları kapsama alınmıştır. Ayrıca, yine bu çalışmada, öncekilerden farklı olarak, tutum belirleyicilerinin etkileri, katılımcıların AB farkındalık düzeyleri bakımından ele alınmıştır. Bulgular, akademik yazının paralelinde, bütünleşmeye destek konusunda en güçlü belirleyicinin "beklenen fayda" olduğunu ve "kültürel kimliğinin kaybolacağı korkusunun" bütünleşme üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisinin bulunduğunu göstermiştir. Ancak, benzer çalışmalardan farklı olarak, bulgular, katılımcıların biliş düzeyleri yükseldikçe, bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olmayacak bir düzeye indiğini ortaya koymuştur. Tersine, "beklenen fayda" ve "AB'ye güven" değişkenlerinin, katılımcıların biliş düzeyi arttıkça yükseldiği görülmüştür. Yaş, cinsiyet, hükümete güven faktörleriyle bağımlı değişken arasında herhangi bir ilişki saptanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütler, Uluslararası örgütler, Avrupa Birliği, Kamuoyu

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, seferiyilmaz@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8784-2777.

² Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, azmiyalcin@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9323-3350

Received/Geliş: 12/06/2019 Accepted/Kabul: 06/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Yılmaz,S., Yalçın, A. (2019), "Basic Determinants of Public Support for Turkey's EU Membership with Respect to Cognitive Level of Respondents", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.225-240.

Introduction

Public opinion is commonly assumed to be shaping the process of European Union (EU) integration deeply. It is argued to influence the progress of accession talks in EU candidate countries directly (Çarkoğlu, 2003, p.171). While on one hand public support for EU membership may provide significant contributions to the accession process, on the other hand, lack of such kind of a support might hinder the membership efforts. Politicians have come to realize this significant role of public opinion in determining the nature of European integration particularly with the rejection of EU constitution and EU membership in various circumstances such as the Maastricht referenda in France and Denmark and the rejection of membership in Norway 1972, 1994, and in Switzerland 1992 (Gabel, 1998; Cichowski, 2000, p.1244; Slomczynski and Shabad, 2003, p.504; Ehin, 2001, p.31-32).

Until recently, numerous public opinion surveys, which had been conducted for the last two decades, showed that Turkish population had mostly been in favor of the EU membership of Turkey, despite experienced multiple up and downs and abundant disappointments (Çarkoğlu, 2003; Şenyuva, 2006, 2009; Kentmen 2008; Çarkoğlu and Kentmen, 2011). This fact alone should have been regarded as the firm and steady will of Turkish community being a part of the EU, by the European politicians. However, this invaluable affirmative disposition of a nation was ignored. Instead of taking the advantage of this situation to consolidate the Europeanization, politicians opted to miss this invaluable opportunity and helped Euroscepticism flourish among Turkish population.

As a consequence, at this stage, Turkish public opinion seemed to be moving away from the EU sharply. The image of the EU is getting worse day by day. The EU is apparently suffering from a credibility problem in the eyes of Turkish public opinion today. Various factors are believed to be underlying behind this negative development. One of the most significant factors underlying this loss of credibility is considered to be EU's failure to meet its promises for instance, with respect to the revision of the status of Northern Cyprus in the wake of the Annan Plan (Misiągiewicz, 2015, p.62) and more recently, regarding to the visa liberalization as a consequence of 18 March 2016 agreement between Turkey and the EU. The articulation of other types of models such as "*privileged partnership*", reservation on multiple chapters and even suspension of accession talks on every occasion, raised doubts among Turkish public about the goodwill of the EU side.

For example, short after the coup attempt in July 2016, the European Parliament (EP) called for a halt to talks arguing so-called breaches in the rule of law in Turkey, in November 2016. Austria and Denmark suggested the accession process to be halted. Since then, accession talks have stalled. In July 2017 the EP called for the accession talks not only to be frozen, but also to be suspended. Besides, the EP called for the EU funds allocated to Turkey as an instrument for pre-accession assistance to be conditional on some certain prerequisites. French President, Emmanuel Macron, called for an alternative to accession for Turkey-EU relations in 2018, as Merkel and Sarkozy did before. In this way, not only the EU damaged its credibility deeply, but it also undermined itself by causing Euroscepticism rise around its very borders. This is a situation which should be handled by the EU institutions and politicians very seriously for the sake of the future of Europe.

Many public opinion surveys revealed that the degree of Euroscepticism in Turkey has been on the rise (Oğuzlu, 2012). The opinion that the accession procedures for the EU membership is not consistently applied and that Turkey is treated unfairly, is speeding increasingly all around the Turkish public (Bürgin, 2012, p.565). What factors could be account for this reversal and up and downs, which have been experienced particularly for the last two decades? There have been quite a number of studies which had searched for the factors mostly account for variation in the attitude of Turkish public opinion toward the EU membership. However, most of these studies were conducted in the 2000s (Çarkoğlu, 2003, 2004; Şenyuva, 2006, 2009; Kentmen 2008). Yet, there still exists need for comprehensive up-to-date analysis, which would contribute to the explanation of the underlying dynamics of the changes of Turkish public attitudes toward the EU, over the years.

Although there exist various studies in search for the fundamental determinants of Turkish public attitudes toward the EU membership as stated before, there does not exist any study focusing on those determinants in connection with the cognitive level of those surveyed. Thus, this article on one side, aims at addressing the basic aspects of the variations in Turkish public support toward the EU and on the other side, is expected to shed light on to what extent the nature of awareness qualities of the respondents, effect on those determinants. For this goal to be achieved, the Eurobarometer data of Turkish public opinion regarding Turkey's EU membership from 2010 to 2018 will be scrutinized. The probable effects of age and gender on the attitudes of public, will also be investigated.

First of all, related literature will be briefly reviewed. Then, Turkey-EU relations will be summarized with respect to the public attitudes toward these developments. Public support for the EU between 2004 and 2018 will be presented. After putting forth the hypothesis, statistical analysis will be conducted using EB survey data from 2010-2018. Finally, empirical results will be manifested and those implications they point out will be discussed in the last section.

Literature Review

Various approaches have been developed to classify the determinants, which have the capacity to influence public support for the EU membership such as age, gender, education, income level, awareness skills, political values, attachment to nationality and religiosity etc. In this section, among those arguments, not all but some of the most known approaches will be cited. Gabel (1998) is one of the authors, whose arguments are mostly being referred to with regard to the determinants of public support. He found that utilitarian economic concerns were the primary factor in determining the support level of public toward the EU integration. This perspective suggests that public attitudes come out of a cost-benefit calculation with respect to the expected losses and gains associated with the EU membership (Gabel, 1998). With Palmer, he argued that people in different socioeconomic positions were likely to experience various costs and benefits from EU membership and these variances with respect to economic gains and losses would affect these people's attitudes toward integration (Gabel and Palmer, 1995). In other words, they posit that public support for EU membership is positively associated to the cost and benefits which the public is supposed to face. He then found similar findings with Whitten that support for EU membership was positively related to the perceived household financial wellbeing (Gabel and Whitten, 1997). Eichenberg and Dalton (1993) in line with

these arguments, claimed that personal economic evaluations are positively correlated with the support for EU membership. Anderson (1998, p.572) is another scholar attaching importance to the perceived costs and benefits associated with being a member of the EU and support for integration.

The other perspective searching for the basic determinants of support for the EU membership is known as the value approach, which put forward the cognitive mobilization such as political values and perceptions which are constructed on the cognitive skills developed with the awareness of those institutions. Inglehart (1970) primarily argued that as the public's cognitive mobilization increases, because the EU would then become more familiar and less threatening, people will come to a closer position to the European integration (Janssen 1991, p.467). However, he also admitted that, cognitive mobilization was an essential, but not a sufficient condition for supporting the EU. He suggested that the support attitude is mostly related to the quality of the messages in the communication. If those messages predominantly convey negative feelings or assessments, then those more educated would be more likely opposed to integration than less educated. However, he contended that because the EU integration had received favorable coverage in the public opinion in those days, those with a high level of cognitive mobilization would be more likely to favor the integration (Inglehart, 1970, p.47-48).

The political approach contends that people are tend to adopt attitudes toward EU membership, generally in line with the disposition of the party they support (Inglehart, Rabier, and Reif, 1991; Franklin, Marsh, and McLaren, 1994). In other words, political identity and those attitudes attached to this identity is expected to play a significant role in shaping the public attitudes toward the EU membership. Another dimension of this perspective focuses on the relationship between public attitudes toward national governments and the EU. Some authors have argued that electorates tie their support for EU membership to the backing they provide for the national government (Franklin et al., 1995; Anderson, 1998). That is to say, a positive disposition of public on the national government accompanies support for the EU membership respectively (Ehin, 2001; McLaren, 2002).

The political economic approach argues that positive macroeconomic conditions lead public with positive evaluations of government and this disposition supports governments' EU policies (Gabel and Palmer, 1995). On the other hand, there are also opinions, on the contrary, arguing that dissatisfaction with the domestic political system increases the support for EU integration (Sanchez-Cuenca, 2000, p.151). In sum, the evaluation people make regarding their national political system has been found to affect their attitudes toward EU membership in some way, considerably.

As to the relationship between gender and support for the membership, Çarkoğlu (2003) and Kentmen (2008) did not find any meaningful correlation between those two variables. As for religion, although some authors reported that they did not find any meaningful relationship between the religiosity and attitudes toward the EU membership (Kentmen, 2008), nevertheless, Çarkoğlu (2003) argued that, some types of religiosity were likely to be accompanied by some kind of a resistance for the EU membership in Turkey.

Coming to the relationship between “attachment to nationality” and “support for the EU membership”, authors mostly agree that nationalist attitudes reduce support for

EU membership (Kentmen, 2008; Vliegthart et al., 2008). However, some scholars make a differentiation as to the characteristic of the attitudes regarding nationality. They contend that those national identities, which are exclusive, for example based on a fear from negative influences from the outside of the country, not just reduce the support level but also affect attitudes toward the EU membership negatively (Carey 2002; McLaren 2002; Hooghe and Marks, 2005). McLaren was one of them. She measured the effects of the perception of cultural threat in relation to support for EU integration and found that “fear of others” impacted public opinion toward the EU negatively (McLaren, 2002). Carey (2002) took a step further, adding two new dimensions to “fear of others” as “attachment toward the nation” and “intense feelings for one’s country” and found that those three dimensions of variables together affected public attitudes toward the integration negatively. Hooghe and Marks (2005) suggested that an “exclusive national identity” was the strongest factor among others, being negatively related to public support for EU membership. Christin and Trechsel (2002) came to the same conclusion that national identity had a negative effect on public opinion regarding the EU in their study conducted in Swiss.

Within the literature, there is a significant body of work, which focuses on Turkish public attitudes toward Turkey’s EU membership, concentrating on mostly three major factors among others as utilitarian considerations, political affiliations and national identity (Wuthricha et al., 2012). For example, Çarkoğlu and Kentmen (2011) found in their study that individuals, who perceive that the EU would positively affect their personal economic circumstances, tend to support the EU membership. Kentmen (2008) contended that “perceived economic prospects” of a probable membership was the strongest indicator of attitudes toward the EU integration among Turkish public. On the other hand, Elgün and Tilman (2007, p.392) found that “perceived cultural threat” has also strong effects on support for EU membership. They argue that those who do not perceive the new supranational institutions as a threat to their nationality are more likely to support the EU integration.

The nomination of Turkey as a candidate country for full membership to the EU at the Helsinki Summit in 1999 brought into question the identity issues with respect to Turkey’s membership (Aybar et al., 2007). Kentmen (2008), in her research related to Turkish public opinion toward the EU membership, also found a negative correlation between national identity and support for the EU membership. Another study was the one conducted by Çarkoğlu and Kentmen (2011, p.372-374) who have reached the conclusion that national identity had a significant negative impact on public attitudes toward the EU integration of Turkey, utilizing the two EB survey data 2002/2 and 2003/2.

However, there have also been arguments on the opposite side. For example, Çarkoğlu and Glöpker-Kesebir (2016) suggested in their study that nationalist dispositions were not found to significantly influence public opinion on EU membership in Turkey. Keyman and Aydın Düzgüt (2013) also made similar arguments that “fear of losing national identity and sovereignty” was not regarded as a determinant underlying the decline of public support in the post-2005 period (Bürgin, 2012; Kanat, 2010). Yet, their evaluation is stated to be applicable to the period before the accession talks started.

However, some authors remind that those researches mostly assume that respondents are economically rational or reasonably well-informed of the political and economic consequences of the integration (Carey, 2002, p.389; Janssen, 1991; Anderson,

1998). If this is not the case, in other words if those who have been directed questions, were not sufficiently informed about the EU and aware of the probable consequences of the integration, their answers would not reflect the actual characteristics of the determinants of the support attitude. For instance, it is claimed that usually, public have only a limited understanding of EU policies and their implications (Armingeon and Ceka, 2014, p.85). Therefore, before directing questions regarding support attitudes toward the membership, it is essential that level of information of those surveyed, about the EU, should be assessed.

In sum, although there have been numerous researches conducted to discover the variations in the Turkish public attitudes toward the membership, they usually focused on the period between 2000 and 2010. There does not exist any updated study so far involving the years after 2010 until today. Therefore, this study will attempt to fill this gap by including data owing to the period from 2010 to 2018. Additionally, this paper will investigate to what extent the cognitive level of the respondents could explain the variations of the public attitudes toward the EU membership.

Turkey-EU Relations and Public Support

Turkey-EU relations, date back to Turkey's application for the association to the European Economic Community (EEC) in 1959. In 1963, an association agreement namely Ankara Agreement establishing the framework of the relations between Turkey and the EEC was signed. This agreement entered into force in 1964. In 1970, additional protocol including the regulations on Customs Union was signed and entered into force in 1973. 1987 was the year, Turkey applied for full membership to the European Community. Two years later, European Commission stated that the application was not acceptable until the Commission completed its own internal structural processes.

Turkey-EU Customs Union was entered into force in 1996. Turkey was recognized and declared as a candidate country in 1999 Helsinki Summit. Support for EU membership mounted significantly after this summit up to 74%. The number of studies regarding Turkey's membership has significantly increased from this year forward. In the Copenhagen Summit of December 2002, it is decided that the EU would open accession negotiations with Turkey if it was decided that Turkey met the Copenhagen criteria. This step has paved the way for the opening the accession talks. The level of public support has been stabilized at around 70% between 2002 and the second half of 2004. Public support for the membership is regarded as to be considerably high until this time.

In December 2004, the European Council, based on the recommendations of the European Commission, decided that Turkey fully satisfied the Copenhagen political criteria. Thus, accession negotiations were decided to launch formally in 2005. Some authors regard this date as the "beginning of the end", after which the enthusiasm of Turkish public toward the EU membership gradually began to decrease (Öniş, 2010). However, this downward trend had already started in the second half of 2004, specifically after the Cyprus Referendum of April 2004. Yaka (2016) labels this referendum as a turning point in terms of the shifting of Turkish public opinion from enthusiasm to disappointment.

Upon the approval of the Annan Plan by the Turkish Cypriots in the April 2004 referenda, the European Council announced that it was "*determined to put an end to the isolation of the Turkish Cypriot community*" (European Council, 2004). Additionally, the

EU also encouraged that Turkey's support for the Annan Plan, would stop Cyprus issue no longer to be a problem on the way to Turkey's EU accession. However, the promises made by the EU have never been implemented. Contrarily, the EU continued to pressure Turkey in favor of Greek Cyprus. Having been refused by Turkey on the issues imposed on her for the sake of Greek Cyprus, the EU Council, in December 2006, decided not to open negotiations on eight chapters and not to provisionally close any of the chapters until Turkey met its obligations which were put her shoulders by the EU, regarding Cyprus. Besides, being a member of the EU, Greek Cyprus, as did France, also imposed vetoes on six chapters.

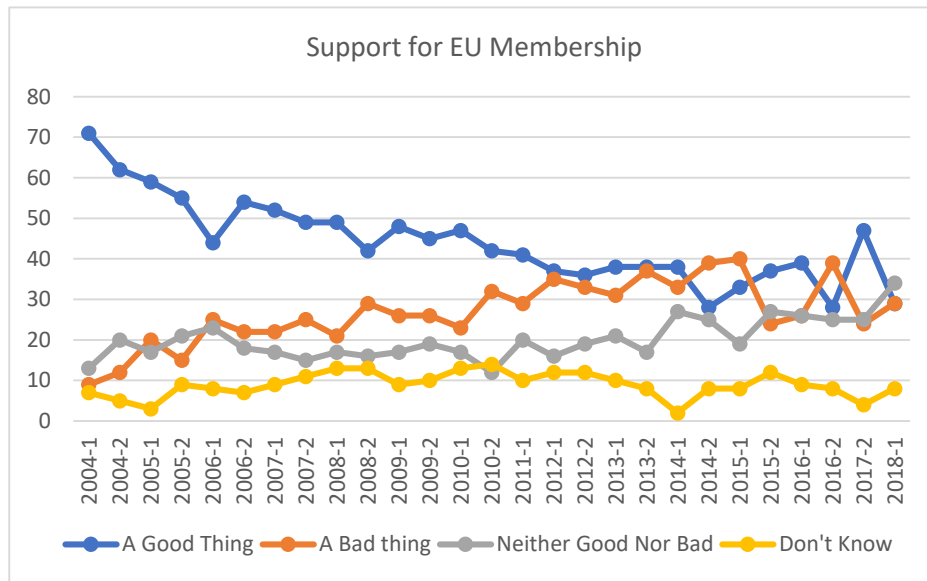


Figure 1. Public Support for EU Membership in Turkey, 2004-2018
 Source: Eurobarometer Survey Data

The “absorption capacity” was another topic, which became a key element of the discussions on Turkey's EU membership in 2005 short after the refusal of the proposed Constitutional EU Treaty in France and the Netherlands. After Sarkozy came to power in 2007, the French government blocked Turkey-EU negotiations on five chapters. As the negotiations were blocked in this way step by step, enthusiasm felt by the Turkish public has been rapidly faded away (Yaka, 2016). This situation, not just blocked the accession negotiations but also led Turkish public move away from the EU by creating a perception that the country is not being fairly treated. The Turkish public came to the conclusion that “the Greek Cypriots were rewarded with the EU membership despite their conflict with the plan and the Turkish Cypriots were punished despite their cooperation” (Sözen, 2010). Breaking the promises, treating Turkey unfairly, running the accession processes not objectively and yet freezing the negotiation chapters by the EU led Turkish public

change their mind and attitude toward the EU. The image of EU thus turned into a body who treats Turkey unfairly, who run the accession process of Turkey not by the objective criteria and who expresses her prejudices and reservations in every instance. While there was the will to be a part of the Union on one hand, on the other hand, there were also the disappointment and mistrust felt by the Turkish public (Yaka, 2016, p.158). Bürgin (2012, p.565) tied this disappointment and frustration also with the ongoing opposition inside the EU against Turkey's accession.

Nowadays, Turkey-EU relations are currently in dire straits not only in terms of pace of negotiations but also, with respect to the mutual falling-out felt by both Turkish public and the EU. It is observed that the percentage of those regarding the EU membership of Turkey as a good thing from the Turkish public, has fallen dramatically from 70's to 30's percent, for the last fifteen years. Moreover, as Figure-1 depicts, a steady negative trend seemed to emerge, with public support declining over the years. In order to capture a wider picture of understanding regarding public support for the EU membership, Eurobarometer (EB) survey data of 2004-2018 is utilized (Figure-1).

The Turkish public support for Turkey's EU membership has been measured by the Eurostat annually or even twice a year, since 2001. Standard Eurobarometer surveys regularly ask respondents in Turkey to indicate whether they would consider a membership of their country in the EU as a good or a bad thing. There have also been a couple of researches conducted by various institutions and scholars since that time. As these studies indicated, the support for EU membership of the Turkish public seems to be highly volatile over the years and has been subject to extreme backlashes (Şenyuva, 2018). For instance, according to the EB Survey data, the percentage of Turkish public believing that Turkey joining the EU would be a "good" thing fell from 71% in 2004 to 44% in the first half of 2006 and again rose up to 54% in the second half of the same year. Similar up and downs were experienced in 2008-2009 and 2014-2015. In 2016, the support level fell from 39% to 28% and rose up to 47% in a year and then again fell to 29% in 2018.

The factors, which have been account for reducing the credibility of the EU in the eyes of Turkish public could be summarized as: the open-ended nature of accession process, the growing opposition of some of the EU politicians to Turkey's membership and disappointment felt by the Turkish public in face of EU's attitudes, which were perceived as double-standard and being far from objectivity. A great deal of literature is available discussing the decreasing public support for the EU membership of Turkey (McLaren, 2007; De Vreese et al., 2008; Öniş, 2010). This paper is one of those attempts, which has aimed at contributing the understanding of the nature of Turkish public support for the EU and the drivers behind this support, particularly for the last decade.

Method

As the longest running survey regarding the EU in Turkey, going back to 2001, Eurobarometer surveys data enable researchers conduct studies with strong reliability and validity over time. In this study, 9-year of standard EB survey data from 2010 to 2018 were used. The data was obtained from a sample of 9153 person in Turkey with face-to-face interview method. Given the size of the sample used, the survey considered as quite representative. Although the intention was an equal distribution by gender, it was revealed

that 53% of the participants were male relative to women with a percentage of 46,8% when the missing 0,2% was excluded. The data were gathered from those above fifteen years old.

In order to assess the public support toward the EU membership of Turkey, the question of: “*Generally speaking, do you think that our country’s membership of the European Union would be...?*”, which the standard EB directs to the participants in order to assess the level of support for the membership, is used. Four types of answers were provided in the EB survey as “*a good thing*”, “*neither good nor bad*”, “*a bad thing*”, and “*don’t know*”. We took the answers to this question as dependent variable for it reflects the public support for the EU membership. Replies were coded as 1 (a good thing), 2 (a bad thing). Both “*Don’t know*” and “*neither good nor bad*” were excluded from our analysis as missing values in order to make the model easy to understand.

Attitudes in face of a probable loss of national cultures and identities, are frequently searched in the context of the EU enlargement. It is generally accepted that for those with a high level of attachment to nationality are supposed to fear that their cultural identities will be lost to some extent with the accession to the EU. Therefore, to find out the attitudes of public regarding nationality, in other words “attachment to nationality”, the EB survey question of: “*What does the EU mean to you personally?*” is preferred. Among the answers “*loss of cultural identity*” will be considered as an indication reflecting the nationality attachment of public. Therefore, this factor will be taken as an independent variable to search for if it had a meaningful and significant impact on the variation of dependent variable. Answers were coded as 1 (loss of cultural identity), 2 (not mentioned).

“*Trust in EU*” and “*Trust in national government*” were the other two determinants included as independent variables in this research. For both the cases, replies were coded as 1 (tend to trust) and 2 (tend not to trust). “Expected benefit” of the membership for the country is the last independent variable, whose effect on the dependent variable will be searched in this paper. The question in the EB Survey was configured as: “*Taking everything into account, would you say that (OUR COUNTRY) would benefit or not from being a member of the EU?*” Options were cited as “*would benefit*”, “*would not benefit*” and “*don’t know*”. (Would benefit) will be coded as 1 and (Would not benefit) will be coded as 2. Additionally, both the effects of gender and age on the dependent variable will also be investigated.

The research hypothesis will be as follows:

H1: The effects of the determinants of public support for the EU membership varies according to the cognitive level of the respondents.

H2: The utilitarian approach is stronger for those with a high cognitive level, among the participants.

H3: “Attachment to nationality” loses its effect on the public support for the integration, as the cognitive level increases.

H4: The effect of “trust in the EU” on the public support increases as the cognitive level of respondents rises.

Findings

We preferred to use multinomial logistic regression to test these hypotheses and reveal the effects of determinants on the public support. “*A good thing*” was coded as reference

category. Through regression analyses of variables obtained from the data of EB surveys from 2010 to 2018, it is revealed that those having a sense of “loss of cultural identity” with the integration, were more likely tended to have a negative attitude toward the membership. In other words, attachment to nationality is observed to explain the variation in the support for the EU integration significantly.

As to the gender and age, no any significant relationship was detected. The effect of “*trust in national government*” on the public support was also discovered to be not meaningful. However, as for the variable “trust in EU”, it was revealed that there was a meaningful and significant impact on the variation in support attitude toward the integration with the EU (Table-1).

To search for the utilitarian tendencies of the respondents, it is directed to the participants if they regarded being a member of the EU as something beneficial to their country. This factor come out to be the most effective one among the other determinants which apparently could explain the variation in the dependent variable, significantly. That is to say, those tended to believe that their country would benefit from the EU membership are inclined to be more likely to support the integration.

Anderson (1998) put forth that researches generally regard the respondents as rational and well-informed actors who are able to recognize political and economic consequences of the EU membership. However, giving examples from a variety of sources, he argues that empirical evidence disconfirms this assumption (Anderson, 1998: 572). Therefore, as Inglehart (1970, 1977) argued, cognitive mobilization, in other words, level of knowledge about the EU of those surveyed would have an effect both on the support attitudes and determinants of this support. In order to develop an understanding about the information level of respondents regarding the EU, questions directed to the participants whether they were informed about the number of EU member states, the election method of the EP and whether Switzerland was a member state or not, were used.

Table 1 Multinomial Regression Analysis Regarding the Effects of Determinants on the Support for the Integration (*Whole sample*)

Parameter Estimates								
EU MEMBERSHIP-GOOD/BAD (CANDIDATES) ^a	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
							Lower Bound	Upper Bound
Intercept	-2,455	,170	208,966	1	,000			

A good thing	[loss of cultural identity=1]	-.608	.123	24,486	1	.000	.544	.428	.693
	[loss of cultural identity=2]	0 ^b	.	.	0
	[trust government=1]	.179	.094	3,632	1	.057	1,196	.995	1,438
	[trust government=2]	0 ^b	.	.	0
	[trust EU=1]	.591	.101	34,170	1	.000	1,805	1,481	2,201
	[trust EU=2]	0 ^b	.	.	0
	[expected benefit=1]	3,945	.109	1306,43	1	.000	51,683	41,729	64,011
	[expected benefit=2]	0 ^b	.	.	0
	[gender=1]	.009	.092	.009	1	.925	1,009	.842	1,208
	[gender=2]	0 ^b	.	.	0
	Age	.004	.003	1,553	1	.213	1,004	.998	1,011
	a. The reference category is: A bad thing.								
b. This parameter is set to zero because it is redundant.									

Resource: Eurobarometer Survey Data 2010-2018

In 2010, 2011 and 2012, the first question was directed as “*The EU currently consists of 27 Member States*”, in 2017 and 2018, it was directed as “*The Euro area currently consists of 19 Member*”. The second and third questions were the same through 2010 and 2018. With respect to the first and second question, (1) was coded as the correct answer, whereas regarding the third question, the correct answer was coded as (2). With the frequency distribution test, it was revealed that those answered correctly to the questions were 44,5% for the first question, 39,6% for the second one, and 36,7% for the last (Table-4).

Table 2. Level of Knowledge- Questions

For each of the following statements about the EU could you please tell me whether you think it is true or false:

		True	False	DK
1	The EU currently consists of 28 Member States	1	2	3
2	The members of the European Parliament are directly elected by the citizens of each Member	1	2	3
3	Switzerland is a Member State of the EU	1	2	3

Table 3. Level of Knowledge- Descriptive

		NUMBER OF MEMBER STATES		EP MEMBERS ELECTION		SWITZERLAND IS MEMBER	
		F	%	f	%	f	%
Valid	True	4173	44,5	3716	39,6	3444	36,7
	False	1808	19,3	2368	25,3	2797	29,8

	DK	3376	36,0	3273	34,9	3116	33,2
	Total	9357	99,8	9357	99,8	9357	99,8
Missing	System	21	,2	21	,2	21	,2
Total		9378	100,0	9378	100,0	9378	100,0

After having the frequency analysis, it was discovered that the average level of participants knowledge regarding the basic characteristics of the EU, in line with Anderson's (1998) arguments, was quite low. More than half of the participants were lacking of adequate knowledge about the questions.

Table 4. Multinomial Regression Analysis regarding the effects of determinants on the support for the integration (*Selected Cases with a high cognitive level*)

Parameter Estimates									
EU MEMBERSHIP-GOOD/BAD (CANDIDATES) ^a		B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)	
								Lower Bound	Upper Bound
A good thing	Intercept	-3,525	,765	21,237	1	,000			
	[loss of cultural identity=1]	-,425	,413	1,063	1	,303	,654	,291	1,467
	[loss of cultural identity=2]	0 ^b	.	.	0
	[trust government=1]	-,089	,354	,063	1	,802	,915	,457	1,833
	[trust government=2]	0 ^b	.	.	0
	[trust EU=1]	1,443	,459	9,862	1	,002	4,233	1,720	10,417
	[trust EU=2]	0 ^b	.	.	0
	[expected benefit=1]	5,093	,512	98,987	1	,000	162,8	59,72	444,239
	[expected benefit=2]	0 ^b	.	.	0
	[gender=1]	,071	,354	,041	1	,840	1,074	,537	2,147
	[gender=2]	0 ^b	.	.	0
	Age	,011	,013	,730	1	,393	1,011	,985	1,038
a. The reference category is: A bad thing.									
b. This parameter is set to zero because it is redundant.									

Resource: Eurobarometer Survey Data 2010-2018

After having the data about the respondent's level of knowledge, those cases, whose answers were correct, were selected from the main data set. The multinomial regression analysis was conducted once again on these selected cases, in order to discover if significance of factors and coefficients were varied from the previous test which was conducted to the whole sample.

With the regression analysis on the selected cases of those with high awareness level, it is revealed that "loss of cultural identity" has not anymore, a meaningful effect

on the support attitude. As was the case in the previous analysis, “trust in government”, gender and age had no any meaningful effect on the dependent variable. However, looking at “trust in EU”, it was revealed that this factor was more effective on the dependent variable (B=1,443) than it was in the prior test (B=,591). The similar picture was valid for the factor “expected benefit” (B=5,093), while this coefficient was about (B=3,945) before.

Conclusion and Discussion

In this paper, contrary to the previous researches, not only general tendencies affecting on the variation in the public support for the EU was scrutinized, but also the general inclinations of the whole sample and those of the respondents only with high cognitive level was investigated. It was revealed that while “loss of cultural identity” was a meaningful and significant determinant on the variation in the public support for the whole sample, for the selected cases, this factor seemed to have no meaningful impact. Various differences were also observed for the factors “trust in EU” and “expected benefit”, between the two analysis. Therefore, H1 (*The effects of the determinants of public support for the EU membership varies according to the cognitive level of the respondents*) and H3 (*“Attachment to nationality” loses its effect on the public support for the integration, as the cognitive level increases*) were confirmed.

The (B) value of the factor “expected benefit” of the selected cases observed to be significantly higher than that of the whole sample. Therefore, H2 (*The utilitarian approach is stronger for those with a high cognitive level, among the participants*) was verified. “Trust in EU” is also observed to be more effective on the dependent variable (B=1,443) than it was in the prior test (B=,591). Therefore, H4 (*The effect of “trust in the EU” on the public support increases as the cognitive level of respondents rises*) was also confirmed.

Thus, this research produces three main conclusions. First is that, comprising descriptive data regarding public support for the EU integration from a wide span of time, from 2004 to 2018, this paper on one hand provides with updated insight about the variations in the attitudes regarding support for the EU membership, on the other hand it enables comparisons over the long run. Secondly, this paper improves the literature by analyzing the sample according to the cognitive level of the respondents. This method enabled to observe the differences of the effects of determinants on the variation in the support attitude of public, with respect to the level of knowledge.

Lastly, “utilitarian approach” observed to be the strongest factor having a significant impact on the support attitudes of Turkish public for the EU membership. “Trust in EU” also had a meaningful impact on the support. Age, gender and “trust in national government” did not have any meaningful effect. These results seem to be consistent with the earlier findings of the literature. However, as to the “the fear of loss of cultural identity”, which is considered to be an indication of “attachment to nationality”, while it is found that it had a meaningful and negative impact on the variation of support for the EU membership, as the level of knowledge increased, this relationship observed to be losing its strength and even became insignificant. This is a finding, which has not been observed in the literature, before.

References

- Anderson, C. J. (1998). When in doubt, use proxies: Attitudes toward domestic politics and support for European integration. *Comparative Political Studies* 31(5), 569-601.
- Armingeon, K. and Ceka, B. (2014). The loss of trust in the European Union during the great recession since 2007: The role of heuristics from the national political system. *European Union Politics* 15(1), 82-107.
- Aybar, C., Mergen, A., Perotti, V., and Reid, D. (2007). Analysis of Attitudes of Turkish Citizens towards the Effect of European Union Membership on the Economic, Political, and Cultural Environment. *Turkish Studies* 8(3), 329-348. Doi:10.1080/14683840701489084.
- Bürgin, A. (2012). Disappointment or New Strength: Exploring the Declining EU Support Among Turkish Students, Academics and Party Members. *Turkish Studies* 13(4), 565-580. Doi:10.1080/14683849.2012.746434.
- Carey, S. (2002). Undivided loyalties: Is national identity an obstacle to European integration? *European Union Politics* 3(4), 387-413.
- Çarkoğlu, A. (2003). Who wants full membership? Characteristics of Turkish public support for EU membership. *Turkish Studies* 4(1), 171-194.
- Çarkoğlu, A. and Glöpker-Kesebir, G. (2016). Comparing public attitudes on EU membership in candidate countries: the cases of Croatia, Macedonia and Turkey from 2004 to 2011. *Southeast European and Black Sea Studies* 16(2), 255-274.
- Çarkoğlu, A. and Kentmen, Ç. (2011). Diagnosing Trends and Determinants in Public Support for Turkey's EU Membership. *South European Society and Politics* 16(3), 365-379. Doi: 10.1080/13608746.2011.598348.
- Christin, T. and Trechsel, H. (2002). Joining the EU? Explaining public opinion in Switzerland. *European Union Politics* 3(4), 415-43.
- Cichowski, R. A. (2000). Western dreams, Eastern realities: support for the European Union in Central and Eastern Europe. *Comparative Political Studies* 33(10), 1243-1278.
- De Vreese, C. H., Boomgaarden, H. F. and Semetko, H. A. (2008). Hard and Soft: Public Support for Turkish Membership in the EU. *European Union Politics* 9(4), 511-530. Doi:10.1177/1465116508095149.
- Ehin, P. (2001). Determinants of public support for EU membership: Data from the Baltic countries. *European Journal of Political Research* 40, 31-56.
- Eichenberg, R. C. and Dalton, R. J. (1993). Europeans and the European Community: The dynamics of public support for European integration. *International Organization* 47, 507-534.
- Elgün, Ö. and Erik, R. T. (2007). Exposure to European Union Policies and Support for Membership in the Candidate Countries. *Political Research Quarterly* 60(3), 391-400.
- European Council (2004). European Council Conclusions on Cyprus, 24 April, Brussels.
- Franklin, M., Marsh, M. and McLaren, L. (1994). The European Question: Opposition to Unification in the Wake of Maastricht. *Journal of Common Market Studies* 32, 455-72.

- Franklin, M., Van der Eijk, C. and Marsh, M. (1995). Referendum Outcomes and Trust in Government: Public Support for Europe in The Wake of Maastricht. *Western European Politics* 18, 101-7.
- Gabel, M. (1998). *Interests and integration: Market liberalization, public opinion, and European Union*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Gabel, M. and Palmer, H. (1995). Understanding variation in public support for European integration. *European Journal of Political Research* 27, 3-19.
- Gabel, M. and Whitten, G. (1997). Economic conditions, economic perceptions, and public support for European integration. *Political Behavior* 19(1), 81-96.
- Hooghe, L. and Gary, M. (2005). Calculation, Community and Cues: Public Opinion on European Integration. *European Union Politics* 6(4), 419-435.
- Inglehart, R. (1970). Cognitive Awareness Mobilization and European Identity. *Comparative Politics* 3(1), 45-70.
- Inglehart, R. (1977). *The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R., Rabier, J., and Reif, K. (1991). The Evolution of Public Attitudes toward European Integration: 1970-86. In: Reif, K. and Inglehart, R. (eds.) *Eurobarometer: The Dynamics of European Public Opinion*, (pp.135-155). London: Macmillan.
- Janssen, J. H. (1991). Postmaterialism Cognitive Awareness Mobilization, and Support for European Integration. *British Journal of Political Science* 21(4), 443-68.
- Kanat, K. B. (2010). AK Party's Foreign Policy: Is Turkey Turning Away from the West? *Insight Turkey* 12(1), 205-225.
- Kentmen, Ç. (2008). Determinants of support for EU membership in Turkey: Islamic attachments, utilitarian considerations and national identity. *European Union Politics* 9(4), 487-510.
- Keyman, E. F. and Aydın-Düzgit, S. (2013). Transforming Turkey-EU Relations: Ground for Hope? In Aydın-Düzgit, S., Duncker, A., Huber, D., Keyman, E. F., and Tocci, N. (Eds.) *Global Turkey in Europe: Political, Economic and Foreign Policy Dimensions of Turkey's Evolving Relationship with the EU* (pp.275-282). Istituto Affari internazionali (IAI) Research Papers.
- McLaren, L. (2002). Public support for the European Union: Cost/benefit analysis or perceived cultural threat? *Journal of Politics* 64(2), 551-66.
- McLaren, L. (2007). Explaining Opposition to Turkish Membership of the EU. *European Union Politics* 8(2), 251-278.
- Oğuzlu, H. T. (2012). Turkey and the European Union: Europeanization Without Membership. *Turkish Studies* 13(2), 230-241.
- Öniş, Z. (2010). Contesting for Turkey's Political 'Centre': Domestic Politics, Identity Conflicts and the Controversy over EU Membership. *Journal of Contemporary European Studies* 18(3), 361-376.
- Sanchez-Cuenca, I. (2000). The political basis of support for European integration. *European Union Politics* 1(2), 147-171.
- Şenyuva, Ö. (2006). Turkish public opinion and European Union membership: the state of the art in public opinion studies in Turkey. *Perceptions* 11, 19-32.

- Şenyuva, Ö. (2009). Türkiye kamuoyu ve Avrupa Birliği 2001–2008: beklentiler, istekler ve korkular [Turkish public opinion and the European Union 2001–2008: expectations, wishes and fears]. *Uluslararası İlişkiler* 6(22), 97–124.
- Şenyuva, Ö. (2018). Turkish Public Opinion and the EU Membership: between Support and Mistrust. FEUTURE Online Paper, October No. 26.
- Slomczynski, K. M. and Shabad, G. (2003). Dynamics of Support for European Integration in Post-Communist Poland. *European Journal of Political Research* 42(4), 503-39.
- Sözen, A. (2010). The Cyprus Question in Turkey-EU Relations. In Tunkrova, L. and Saradin, P. (Eds.) *The Politics of EU Accession: Turkish Challenges and Central European Experiences* (pp.72–89). Oxon: Routledge.
- Vliegthart, R., Andreas, R. T., Schuck, Hajo G. B. and De Vreese, C. H. (2008). News Coverage and support for European Integration, 1990 – 2006. *International Journal of Public Opinion Research* 20(4), 415-439.
- Wuthrich, F. M., Ardağ, M. M., and Uğur, D. (2012). Politics, cultural heterogeneity and support for European Union membership in Turkey. *Southeast European and Black Sea Studies* 12(1), 45–62.
- Yaka, Ö. (2016). Why Not EU? Dynamics of the Changing Turkish Attitudes Towards EU Membership. *Journal of Contemporary European Studies* 24(1), 149-170. Doi:10.1080/14782804.2015.1056726.

ÖĞRENCİLERİN ALGILADIKLARI AİT OLMA VE ÖĞRETİM ELEMANLARI MESLEKİ YETERLİLİKLERİNİN AKADEMİK MOTİVASYONLARINI YORDAMA DÜZEYİ*

Murat ALÇI¹
Songül TÜMKAYA²

ÖZ

Bu araştırmanın amacı sınıf öğretmenliği öğrencilerinin ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterliklerinin, akademik motivasyonlarını anlamlı bir şekilde yordayıp yordamadığını ortaya koymaktır. Araştırma, sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyon düzeylerini etkileyen özelliklerinin saptanması ve bunların birbirleriyle etkileşimlerinin belirlenmesini amaçlayan ilişkisel tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Araştırmanın evrenini 2015-2016 eğitim-öğretim yılında Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Eğitimi Anabilim Dalında öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur. Araştırmada örneklem seçilmeyip evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Sonuçlar, “mesleğe ait olma” değişkeninin sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonlarını etkileyen en önemli değişken olduğunu göstermiştir. Ayrıca sonuçlar erkeklerin ait olma düzeylerinin kadınlara göre daha düşük olduğunu göstermiştir. Bu da sınıf öğretmenliğinin geçmişten beri gelen “kadın” mesleği olduğu algısının hala sürdüğüne işaret etmektedir. Son sınıf öğrencileri, birinci sınıf öğrencilerine göre öğretim elemanlarını daha yetersiz algılamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Öğretim Elemanı Mesleki Yeterlikleri, Ait Olma, Akademik Motivasyon, Öğretmen Adayı

THE PREDICTION LEVEL OF SCHOOL BELONGING FOR PROSPECTIVE TEACHERS AND ACADEMIC MOTIVATION FOR PROFESSIONAL INSTRUCTOR COMPETENCE THEY PERCEIVED

ABSTRACT

The aim of this study was to reveal whether the students who are educated in classroom teaching being reference and perceiving teaching staff Professional competence and academic motivation in a meaningful way or not. This research is a descriptive study that has the relational screening model which aims at detecting the specifications in academic motivation level of the students at classroom teaching and determining the interactions with each other. The population of the study consisted of the students of Çukurova University Faculty of Education, Department of Primary School Teaching, in the educational year 2015-2016. As a result of the multiple regression analysis that were made, “reference to profession” sub dimension is the most important variable in Classroom Teaching Students academic motivation. Furthermore, according to the results, male students’ reference level is lower than female students. This is pointing to lasting of perceptions since the past on “Classroom teaching is a female profession”. 4th grade students detect more inadequate than 1st grade students.

¹ Öğretmen, MEB, ORCID: 0000-0002-5475-9894.

² Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, stumkaya@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0140-4640.

*Bu çalışma Murat ALÇI tarafından Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Songül TÜMKAYA danışmanlığında yapılan ve Çukurova Üniversitesi BAP Koordinasyon Birimi tarafından desteklenen yüksek lisans tez çalışmasının bir bölümüdür. Çalışma 15. Uluslararası Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu’nda (11-14 Mayıs 2016, Muğla, Türkiye) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Received/Geliş: 22/03/2019 Accepted/Kabul:28/06/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Alçı, M. ve Tümkaya, S. (2019), “Öğrencilerin Algıladıkları Ait Olma Ve Öğretim Elemanları Mesleki Yeterliliklerinin Akademik Motivasyonlarını Yordama Düzeyi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.241-256.

Keywords: Professional Competence of Teaching Staff, Belonging, Academic Motivation, Prospective Teachers

Giriş

İnsan, eğitimsiz yaşayamaz. Binlerce yıldan beri insanlar, yaşamları için gereken davranışları deneyerek ve birbirlerine bakarak öğrendiler. İnsanın, başkalarının etkisiyle öğrenmesi, başkalarınca eğitilmesi demektir ki bu da ömrü boyunca sürer (Başaran, 1998). İnsan ömrü boyunca sürecek olan bu eğitimin büyük bir bölümünü çeşitli kademelerdeki eğitim kurumlarında yani okullarda geçirmektedir. Okullarda ise kimi öğrencilerin derslerine ve karşılaştıkları problemlere çözüm bulmaya yönelik istekli oldukları gözlenirken bazılarının ise tam tersi isteksiz oldukları gözlenebilmektedir. İşte bu noktada karşımıza motivasyon çıkmaktadır.

Motivasyon bir aktiviteye katılmaya (girişmeye) olan istekliliğin derecesini belirleyen tüm faktörlerin oluşturduğu bir durum veya böyle bir durumun yaratılmasıdır. Burada aktivitenin gerçekte var olup olmadığından çok, kişilerin aktiviteye istekli olup olmadıkları önemlidir (Evans, 2000, Akt. Karagüven, 2012). Akbay'a (2009, s.23) göre motivasyon, eğitim-öğretim çerçevesinde dikkat edilen bir anahtar özelliğindedir ve motivasyon seviyesi yukarılarda olan öğrenci, akademik hayatı süresince kendisinden beklenen çalışmaları (sınav için hazırlanılması, ödev hazırlanılması, okuma... vb.) gerçekleştirirken daha başarılı bir süreç geçirebilmektedir. Bu sebeple, akademik süreç içerisinde motivasyonun önemli bir yeri bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar da göstermektedir ki motivasyon ile başarı arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Yani motivasyondaki artış öğretmen ve öğrencilerin okuldan daha çok haz almalarına olanak sağlar (Öncü, 2004, Akt. Akbaba, 2006).

Okuldan haz almaları beklenen öğrencilerden beklenen bir diğer özellik de okula aidiyet duygusuna sahip olmalarıdır. Sarı (2013) yaptığı çalışmasında okula aidiyet duygusunun en düşük olduğu grubun akademik başarısı düşük olan öğrenciler olduğunu belirlemiştir. Öyleyse motivasyonla beraber okula aidiyet duygusunun da akademik başarı ile ilişkisi olduğu düşünülebilir.

Günün büyük bir kısmını okullarda geçiren öğrencilerin en çok etkileşimde bulunacağı kişi öğretmeni olacaktır. Yıldız'a göre (2008) öğretim elemanın sahip olduğu yeterlikler, eğitimin hedeflerine uygun nitelikli insan yetiştirmeyi etkileyen en temel faktörlerden biridir. Öğrencinin motivasyonuna, aidiyet duygusuna etki edebilecek kişinin öğretmeni olduğu düşünülürse öğretmenin davranışlarının ve öğrencilerin öğretmenlerinden beklentilerin öğrenci üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiler bıraktığı göz ardı edilemez. Bu nedenle yapılan bu çalışmada sınıf öğretmenliği öğrencilerinin ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterliklerinin, akademik motivasyonlarını anlamlı bir şekilde yordayıp yordamadığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin cinsiyet ve sınıf düzeyi değişkenlerine göre; ait olma, algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri ve akademik motivasyonları anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?
2. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun "İçsel Motivasyon Bilme (İMBİ)" alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?

3. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun “İçsel Motivasyon Başarma (İMBA)” alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?
4. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun “İçsel Motivasyon Hareket (İMH)” alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?
5. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun “Dışsal Motivasyon Tanınma (DMT)” alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?
6. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun “Dışsal Motivasyon Kendini İspat (DMKI)” alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?
7. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun “Dışsal Motivasyon Düzenleme (DMD)” alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?
8. Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin; ait olma ve algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterlikleri, akademik motivasyonun “Motivasyonsuzluk (MS)” alt boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırma, sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyon düzeylerini etkileyen özelliklerinin saptanması ve bunların birbirleriyle etkileşimlerinin belirlenmesini amaçlayan ilişkisel tarama modelinde betimsel bir çalışmadır.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın çalışma evrenini 2015-2016 Eğitim-Öğretim yılı süresinde, Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalında öğrenim gören toplam 365 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada örneklem seçilmeyip evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 258’i (% 70.7) kadın, 107’si (% 29.3) erkektir. Birinci sınıfta 76 (% 20.8), ikinci sınıfta 105 (% 28.8), üçüncü sınıfta 96 (% 26.3), dördüncü sınıfta 88 (% 24.1) öğrenci bulunmaktadır. 18-20 yaş aralığında 179 (% 48.0), 21-23 yaş aralığında 174 (% 47.7), 24 yaş ve üstünde 12 (% 3.3) öğrenci bulunmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama araçları olarak Şahin (2014) tarafından geliştirilmiş “Öğretim Elemanları Mesleki Yeterlik Envanteri”; Vallerand vd. (1992) tarafından geliştirilmiş, Türkçeye adaptasyonu, geçerliği ve güvenilirliği Karagüven (2012) tarafından yapılmış olan “Akademik Motivasyon Ölçeği”; Ersanlı ve Koçyiğit (2013) tarafından geliştirilen “Ait Olma Ölçeği” ile öğrencilerin cinsiyet, yaş ve sınıf düzeyi özelliklerinin belirlenmesi için araştırmacı tarafından oluşturulmuş “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

Öğretim Elemanları Mesleki Yeterlik Envanteri: Öğretim elemanlarının mesleki yeterliklerini gerçekleştirme düzeylerini ölçmek amacıyla Şahin (2014) tarafından geliştirilmiştir. Mesleki yeterlikler beş faktör hâlinde gruplandırılmış ve her bir faktörde 10 mesleki davranış olmak üzere toplam 50 davranış belirlenmiştir. Bu faktörler: Program

ve İçerik, Kişisel Özellikler ve İletişim Becerisi, Sınıf Yönetimi, Öğretim Süreci Etkinlikleri ve Öğretim İlke ve Yöntemleri olarak adlandırılmıştır. Alt faktörlerin KMO değerleri 0.88 ile 0.92 arasında değişmektedir. Mesleki yeterliklerle ilgili davranışların öğrenme ve öğretme sürecinde gerçekleşme sıklığı hiçbir zaman (1), çok az (2), ara sıra (3), sıkça (4), her zaman (5) seçenekleriyle ölçülmektedir.

Akademik Motivasyon Ölçeği: Akademik Motivasyon Ölçeği (AMÖ-Ü 28) Üniversite Formu: Vallerand vd. (1992) tarafından geliştirilmiştir. Türkçeye adaptasyonu, geçerliği ve güvenirliği Karagüven (2012) tarafından yapılmıştır. Toplam 28 madde bulunan ölçek sırasıyla; İçsel Motivasyon Bilme- İMBİ, İçsel Motivasyon Başarma-İMBA, İçsel Motivasyon Hareket-İMH, Dışsal Motivasyon Tanınma-DMT, Dışsal Motivasyon Kendini İspat- DMKİ, Dışsal Motivasyon Düzenleme-DMD ve Motivasyonsuzluk-MS olarak adlandırılan 7 alt boyuttan oluşmaktadır. Alt boyutlar ayrı ayrı değerlendirilmekte ve yüksek puan bireyde o boyutun yüksek olduğunu göstermektedir.

Ait Olma Ölçeği: Ersanlı ve Koçyiğit (2013) tarafından geliştirilen Ait Olma Ölçeği; arkadaş grubuna ait olma 7 madde, aileye ait olma boyutu 6 madde ve mesleğe ait olma boyutu 9 madde olmak üzere üç alt boyuttan ve toplam 22 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğe ilişkin iç tutarlılık katsayısı; birinci boyut için .88, ikinci boyut için .89, üçüncü boyut için .88, ölçeğin geneli için .90'dır. Ölçek formu, "Hiç Katılmıyorum" ile "Tamamen Katılıyorum" arasında 1'den 5'e kadar derecelendirilen beşli likert tipindedir.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizleri SPSS programına aktarılarak elde edilen veri tabanları üzerinden araştırmanın amaçlarına uygun olarak t testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), anlamlı farklılıkların çıktığı gruplarda farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için LSD testi kullanılmıştır. Karşılaştırmalı istatistiklerden ve çok değişkenli regresyon analizinden yararlanılmıştır. Tüm analizlerde anlamlılık düzeyi $p < .05$ olarak kabul edilmiştir.

Bulgular

Elde edilen bulgular araştırmanın alt amaçlarına göre sırasıyla verilmiştir. Tablo- 1 de sınıf öğretmenliği öğrencilerinin cinsiyete göre ait olma alt boyutlarına ilişkin t testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 1. Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Cinsiyete Göre Ait Olma Alt Boyutlarına İlişkin t Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	t	p
Arkadaş Grubuna Ait Olma	Kadın	258	29.81	5.04	1.89	.060
	Erkek	107	28.68	5.54		
Aileye Ait Olma	Kadın	258	27.00	3.91	2.504	.013*
	Erkek	107	25.79	4.93		
Mesleğe Ait Olma	Kadın	258	36.37	7.90	3.827	.000*
	Erkek	107	32.81	8.50		

Tablo 1'de görüldüğü gibi sınıf öğretmenliğinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin cinsiyetlerine göre ait olma ölçeğinin aileye ait olma ($t(363) = 2.504, p < .05$)

ve mesleğe ait olma ($t(363) = 3.827, p < .05$) alt boyutlarında kadın öğrenciler lehine anlamlı fark bulunmuştur. Arkadaş grubuna ait olma alt boyutunda ise cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($p < .05$).

Tablo 2. Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Cinsiyete Göre Akademik Motivasyon Alt Boyutlarına İlişkin t Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	t	p
İçsel Motivasyon Bilme	Kadın	258	21.53	5.15	1.701	.090
	Erkek	107	20.50	5.42		
İçsel Motivasyon Başarma	Kadın	258	16.26	5.51	.263	.792
	Erkek	107	16.09	5.44		
İçsel Motivasyon Hareket	Kadın	258	18.03	5.14	.439	.661
	Erkek	107	17.77	5.25		
Dışsal Motivasyon Tanınma	Kadın	258	22.22	4.86	3.549	.000*
	Erkek	107	20.16	5.49		
Dışsal Motivasyon Kendini İspat	Kadın	258	15.64	5.82	.293	.770
	Erkek	107	15.44	5.85		
Dışsal Motivasyon Düzenleme	Kadın	258	21.35	4.74	2.125	.034*
	Erkek	107	20.13	5.59		
Motivasyonsuzluk	Kadın	258	8.36	4.85	-4.154	.000*
	Erkek	107	10.88	6.16		

Tablo 2 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin cinsiyetlerine göre akademik motivasyonun dışsal motivasyon tanınma ($t(363) = 3.549, p < .05$) ve dışsal motivasyon düzenleme ($t(363) = 2.125, p < .05$) alt boyutlarında kadın öğrenciler lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Motivasyonsuzluk ($t(363) = -4.154, p < .05$) alt boyutunda erkek öğrenciler lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Diğer alt boyutlarda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 3. Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Cinsiyete Göre Öğretim Elemanları Mesleki Yeterlikleri Alt Boyutlarına İlişkin t Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	t	p
Program ve İçerik Bilgisi	Kadın	258	36.95	6.87	1.428	.154
	Erkek	107	35.83	6.74		
İletişim Becerisi	Kadın	258	36.48	7.52	1.282	.201
	Erkek	107	35.32	8.81		
Sınıf Yönetimi Becerisi	Kadın	258	35.54	7.72	1.873	.062
	Erkek	107	33.84	8.25		
Öğretim Süreci Etkinlikleri	Kadın	258	34.38	8.30	.932	.352
	Erkek	107	33.50	7.71		
Öğretim İlke ve Yöntemleri	Kadın	258	36.60	7.53	1.933	.054*
	Erkek	107	34.93	7.61		

Tablo 3'te görüldüğü gibi sınıf öğretmenliği öğrencilerinin cinsiyetlerine göre öğretim elemanlarının mesleki yeterlikleri öğretim ilke ve yöntemleri ($t(363) = 1.933$, $p < .05$) alt boyutunda kadın öğrenciler lehine anlamlı olarak farklılaşmıştır. Diğer alt boyutlarda ise cinsiyete göre anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p > .05$).

Tablo 4. Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Sınıf Düzeylerine Göre Ait Olma Alt Boyutlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Sınıf Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	F	p	LSD
Arkadaş Grubuna Ait Olma	1.Sınıf	76	28.49	5.44	1.637	.180	
	2.Sınıf	105	29.41	5.52			
	3.Sınıf	96	29.61	5.09			
	4.Sınıf	88	30.27	4.66			
Aileye Ait Olma	1.Sınıf	76	26.25	4.42	1.163	.324	
	2.Sınıf	105	26.73	4.72			
	3.Sınıf	96	26.27	4.18			
	4.Sınıf	88	27.30	3.59			
Mesleğe Ait Olma	1.Sınıf	76	33.80	9.23	5.905	.001*	4>3>2>1
	2.Sınıf	105	34.16	8.44			
	3.Sınıf	96	35.00	7.96			
	4.Sınıf	88	38.39	6.49			

Tablo 4'ten anlaşılacağı gibi sınıf öğretmenliği öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre ait olma alt boyutlarına ilişkin ANOVA sonuçları incelendiğinde mesleğe ait olma alt boyutunda 4. sınıftan alt sınıflara doğru (4>3>2>1) üst sınıflar lehine anlamlı farklılık

Tablo 5. Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Sınıf Düzeylerine Göre Akademik Motivasyon Alt Boyutlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Sınıf Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	F	p	LSD
İçsel Motivasyon Bilme			20.8				
	1.Sınıf	76	21.5	5.72	.704	.550	
	2.Sınıf	10	20.0	4.80			
	3.Sınıf	5	20.7	5.50			
	4.Sınıf	96	21.7	5.05			
	88	21.7	2				
İçsel Motivasyon Başarma			16.5				
	1.Sınıf	76	16.3	5.68	.995	.395	
	2.Sınıf	10	16.2	5.64			
	3.Sınıf	5	15.4	5.26			
	4.Sınıf	96	16.6	5.35			
	88	16.6	4				
İçsel Motivasyon Hareket			17.8				
	1.Sınıf	76	18.0	5.29	.047	.986	
	2.Sınıf	10	18.0	4.61			
	3.Sınıf	5	17.8	5.27			
	4.Sınıf	96	17.8	5.63			
	88	18.0	9				
Dışsal Motivasyon Tanınma			22.8				
	1.Sınıf	76	21.1	5.05	1.992	.115	
	2.Sınıf	10	21.2	5.05			
	3.Sınıf	5	21.6	5.61			
	4.Sınıf	96	21.1	4.66			
	88	21.1	0				
Dışsal Motivasyon Kendini İspat			16.33				
	1.Sınıf	76	16.33	5.97	1.208	.307	
	2.Sınıf	10	15.96	6.05			
	3.Sınıf	5	15.30	5.90			
	4.Sınıf	96	14.77	5.30			
	88	14.77	5.30				
Dışsal Motivasyon Düzenleme			22.54				
	1.Sınıf	76	22.54	4.71	3.484	.016*	1>2>4>3
	2.Sınıf	10	20.97	4.63			
	3.Sınıf	5	20.21	5.62			
	4.Sınıf	96	20.55	4.84			
	88	20.55	4.84				

Motivasyonsuzluk	1.Sınıf	76	9.22	5.27	1.039	.375
	2.Sınıf	10	9.59	5.76		
	3.Sınıf	5	9.24	5.67		
	4.Sınıf	96	8.26	4.61		
		88				

bulunmuştur (F (3, 361) = 5.905 p<0.05). Diğer alt boyutlarda öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır (p<0.05).

Tablo 5'te görüldüğü gibi sınıf öğretmenliği öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre akademik motivasyon alt boyutlarına ilişkin ANOVA sonuçları incelendiğinde dışsal motivasyon düzenleme alt boyutunda sırasıyla; 1.sınıf, 2.sınıf, 4.sınıf ve 3.sınıf lehine anlamlı farklılık bulunmuştur (F (3, 361) = 3.484 p<0.05). İçsel motivasyon bilme, içsel motivasyon başarma, içsel motivasyon hareket, dışsal motivasyon tanınma, dışsal motivasyon kendini ispat ve motivasyonsuzluk alt boyutlarında ise sınıf öğretmenliği öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır (p<0.05).

Tablo 6. Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Sınıf Düzeylerine Göre Öğretim Elemanları Mesleki Yeterlikleri Alt Boyutlarına İlişkin ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Sınıf Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	F	p	LSD
Program ve İçerik Bilgisi	1.Sınıf	76	38.88	6.12	4.513	.004*	1>4>3
	2.Sınıf	105	36.89	7.16			
	3.Sınıf	96	35.36	6.98			
	4.Sınıf	88	35.74	6.47			
İletişim Becerisi	1.Sınıf	76	36.96	7.70	1.188	.314	
	2.Sınıf	105	36.46	8.18			
	3.Sınıf	96	34.88	8.17			
	4.Sınıf	88	36.44	7.49			
Sınıf Yönetimi Becerisi	1.Sınıf	76	36.88	7.92	2.844	.038*	1>4>3
	2.Sınıf	105	35.66	7.75			
	3.Sınıf	96	33.86	8.17			
	4.Sınıf	88	34.00	7.54			
Öğretim Süreci Etkinlikleri	1.Sınıf	76	36.33	7.34	4.083	.007*	1>4>3 2>4>3
	2.Sınıf	105	34.92	8.19			
	3.Sınıf	96	32.59	7.80			
	4.Sınıf	88	32.92	8.41			
Öğretim İlke ve Yöntemleri	1.Sınıf	76	37.30	7.12	3.158	.025*	1>3 2>3
	2.Sınıf	105	36.88	7.73			
	3.Sınıf	96	34.17	8.05			
	4.Sınıf	88	36.30	6.97			

Tablo 6'da görüleceği üzere sınıf öğretmenliği öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre öğretim elemanları mesleki yeterlikleri alt boyutlarına ilişkin ANOVA sonuçları

incelendiğinde program ve içerik bilgisi alt boyutunda 1.sınıf > 4.sınıf > 3.sınıf şeklinde anlamlı farklılık bulunmuştur ($F_{(3, 361)} = 4.513$ $p < 0.05$). Sınıf yönetimi becerisi alt boyutunda 1.sınıf > 4.sınıf > 3.sınıf şeklinde anlamlı farklılık bulunmuştur ($F_{(3, 361)} = 2.844$ $p < 0.05$). Öğretim süreci etkinlikleri alt boyutunda 1.sınıf > 4.sınıf > 3.sınıf ve 2.sınıf > 4.sınıf > 3.sınıf şeklinde anlamlı farklılık bulunmuştur ($F_{(3, 361)} = 4.083$ $p < 0.05$). Öğretim ilke ve yöntemleri alt boyutunda 1.sınıf > 3.sınıf ve 2.sınıf > 3.sınıf şeklinde anlamlı farklılık bulunmuştur ($F_{(3, 361)} = 3.158$ $p < 0.05$). İletişim becerisi alt boyutunda ise sınıf öğretmenliği öğrencilerinin sınıf düzeylerine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p < 0.05$).

Tablo 7. Akademik Motivasyonun İçsel Motivasyon Bilme Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	Yordama Hatası	R ² Değişim	F	β	p
Mesleğe ait olma	.407	.165	4.795	.165	71.929	.407	.000
Program ve içerik	.434	.188	4.736	.023	10.055	.153	.002
Aileye ait olma	.444	.198	4.715	.010	4.304	.101	.039

Tablo 7 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun ölçęinin” içsel motivasyon bilme” alt boyutunu yordayan değişkenlerin sırasıyla; mesleğe ait olma ($p < .001$), program ve içerik ($p < .01$), aileye ait olma ($p < .05$) olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Akademik Motivasyonun İçsel Motivasyon Başarma Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	Yordama Hatası	R ² Değişim	F	β	p
Mesleğe ait olma	.284	.081	5.264	.081	31.891	.284	.000
Program ve içerik	.342	.117	5.167	.036	14.749	.194	.000

Tablo 8 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun içsel motivasyon başarma alt boyutunu yordayan değişkenlerin sırasıyla; mesleğe ait olma ($p < .001$), program ve içerik ($p < .001$) olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Akademik Motivasyonun İçsel Motivasyon Hareket Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R²	Yordama Hatası	R² Değişim	F	β	p
Mesleğe ait olma	.247	.061	5.011	.061	23.647	.247	.000
Öğretim ilke ve yöntemleri	.301	.090	4.939	.029	11.640	.172	.001

Tablo 9 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun içsel motivasyon hareket alt boyutunu yordayan değişkenlerin sırasıyla; mesleğe ait olma ($p<.001$) ve öğretim ilke ve yöntemleri ($p<.01$) olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Akademik Motivasyonun Dışsal Motivasyon Tanınma Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	Yordama Hatası	R ² Değişim	F	β	p
Mesleğe ait olma	.544	.296	4.312	.296	152.814	.544	.000
Program ve içerik	.595	.354	4.136	.058	32.625	.246	.000
Aileye ait olma	.608	.369	4.094	.015	8.512	.1126	.004

Tablo 10 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun dışsal motivasyon tanınma alt boyutunu yordayan değişkenlerin sırasıyla; mesleğe ait olma ($p<.001$), program ve içerik ($p<.001$) ve aileye ait olma ($p<.01$) olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Akademik Motivasyonun Dışsal Motivasyon Kendini İspat Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	Yordama Hatası	R ² Değişim	F	β	p
Program ve içerik	.260	.067	5.632	.067	26.227	.260	.000

Tablo 11 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun dışsal motivasyon kendini ispat alt boyutunu yordayan değişkenin program ve içerik ($p<.001$) olduğu görülmektedir.

Tablo 12. Akademik Motivasyonun Dışsal Motivasyon Düzenleme Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	Yordama Hatası	R ² Değişim	F	β	p
Program ve içerik	.151	.023	4.974	.023	8.417	.151	.004

Tablo 12 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun dışsal motivasyon düzenleme alt boyutunu yordayan değişkenin program ve içerik ($p<.01$) olduğu görülmektedir.

Tablo 13 incelendiğinde sınıf öğretmenliği öğrencilerinin akademik motivasyonun motivasyonsuzluk alt boyutunu yordayan değişkenlerin sırasıyla; mesleğe ait olma ($p<.001$) ve arkadaş grubuna ait olma ($p<.05$) olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Akademik Motivasyonun Motivasyonsuzluk Alt Boyutunu Yordayıcı Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	Yordama Hatası	R ² Değişim	F	β	p
Mesleğe ait olma	.480	.230	4.726	.230	108.621	-.480	.000
Arkadaş grubuna ait olma	.492	.242	4.697	.011	5.480	-.113	.020

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmada, ait olma ölçeğinin “aileye ait olma” ve “mesleğe ait olma” alt boyutlarında kadın öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek puan aldıkları anlaşılmıştır. Sonucun böyle çıkması, toplumumuzda genellikle kadınların daha içe dönük ve aileye bağımlı olarak yetiştirilmesi ve sınıf öğretmenliğinin daha çok kadınlara yakıştırılan bir meslek olarak algılanması ile açıklanabilir. Yılmaz ve Çokluk Bökeoğlu (2007) yaptıkları çalışmada öğrencilerin eğitim şartlarını değerlendirmek amacıyla kullanmış oldukları ölçüt ve beklentilerin cinsiyete göre farklılaştığını tespit etmişlerdir. Her türlü uygun ortamın oluşturulduğu durumlarda bile bireylerin bundan memnuniyetlerinin, beklentilerinin gerçekçilik düzeyi ile sınırlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Sonuçlar, cinsiyetlerine göre akademik motivasyon ölçeğinin “dışsal motivasyon tanınma” ve “dışsal motivasyon düzenleme” alt boyutlarında kadın öğrenciler lehine anlamlı bir farkın olduğunu göstermiştir. “Motivasyonsuzluk” alt boyutunda ise erkek öğrenciler lehine anlamlı bir fark bulunmuştur. Benzer konuda yapılan çalışmaların büyük bir kısmında, bu araştırmada elde edilen bulgulara paralel bir sonuç elde edildiği, kadınların erkeklere göre yüksek düzeyde motivasyona sahip oldukları, erkeklerin ise daha çok motivasyon problemi yaşadıkları saptanmıştır (Acat ve Yenilmez, 2004; Akandere, Özyalın ve Duman, 2010; Akdemir, 2006; Aktan, 2012; Alemdağ, Öncü ve Yılmaz, 2014; Altun ve Yazıcı, 2010; Erdem ve Gözel, 2014; Eymur ve Geban, 2011; İnel Ekici, Kaya ve Mutlu, 2014; Pajares ve Valiante, 2002; Sıcak ve Başören, 2015). Bazı araştırmacılar ise çalışmalarında cinsiyet değişkenine göre öğrencilerin akademik güdülenme düzeylerinde anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Arıoğlu, 2009; Demir, 2008; Demir ve Arı, 2013; Gürşimşek, 2002; Saracaloğlu, Karasakaloğlu ve Yenice, 2008; Şahin ve Çakar, 2011). Yapılan bu araştırmayla benzer sonuçlara ulaşan araştırmalar neticesinde, kadın öğretmen aday öğrencilerin erkek öğretmen aday öğrencilerine göre motivasyon düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Kadın öğretmen adaylarında motivasyonun daha yüksek olması sınıf öğretmenliğini erkek öğrencilere göre daha fazla benimsemiş olmasından kaynaklanmış olabilir.

Araştırma sonuçları, kadın öğrencilerin öğretim elemanlarını “öğretim ilke ve yöntemleri” alt boyutu açısından erkek öğrencilere göre daha yeterli olarak değerlendirdiklerini göstermiştir. Benzer şekilde, Açı ve Saydan (2009), Murat, Aslantaş ve Özgan (2006), Tutkun ve Gür Erdoğan (2012) yaptıkları çalışmalarında, cinsiyete göre öğrencilerin, öğretim elemanlarının mesleki yeterlilik algılarının anlamlı bir şekilde farklılaştığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum kadın öğrencilerin, erkek

öğrencilere kıyasla öğretmenlik mesleğini daha çok benimsemeleri ve meslek öncesi yetişme sürecinde öğretim elemanlarından beklentilerinin yüksek olması ile açıklanabilir.

Araştırmada son sınıf öğrencilerinin “mesleğe ait olma” düzeylerinin diğer sınıflara göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yalnızlık ve benzer duygusal problemler, bireyin ait olma ihtiyaçlarını karşılamadaki başarısızlıklarından kaynaklanmaktadır (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013). Yalnızlık ve ait olma duygularının birbirleriyle ters orantılı olduğu düşünülürse en düşük ait olma duygusunun birinci sınıfta ortaya çıkma olasılığı artmaktadır. Bunun sebebi olarak da öğrencinin evinden, ailesinden, arkadaşlarından ayrılarak tamamen yeni bir çevreye gelmesi ve orada yabancılaşma çekmesi gösterilmektedir. Öğrencinin geçen zamanla birlikte bulunduğu ortama uyum sağlaması, yeni arkadaşlıklar edinmesi ve okulunu benimsemesiyle birlikte ait olma duygusu güçlenmekte ve her sene artmaktadır. Sınıf düzeyinin artması ve okullarda yaptıkları staj nedeniyle öğrencilerin son yıllarda mesleklerini daha çok benimsemeleri beklenen bir durumdur. Bunun sonucu olarak da dördüncü sınıflar lehine farklılık ortaya çıkmaktadır.

Sonuçlardan birinci sınıftaki öğrencilerin “dışsal motivasyon düzenleme” puanlarının diğer sınıflardaki öğrencilere göre anlamlı olarak yükseldiği anlaşılmaktadır. Bu durum öğrencilerinin öğrenimlerine daha çok dışsal motivasyonla başladıklarını, sınıf düzeyi arttıkça içsel motivasyona doğru yöneldiklerini göstermektedir. Birinci sınıftaki dışsal motivasyon yüksekliğinin sebebi olarak öğrencilerin; öğretmenlik mesleğini henüz tam olarak içselleştirmemesi, mesleği ve yeni ortamı tanıma süreci içinde olması ile açıklanabilir. Buna karşın ait olmaya ilişkin sonuçlardan da anlaşılacağı gibi 4. sınıfa gelindiğinde öğretmen adayları mesleği daha çok sahiplendikleri ve uygulama deneyimleri arttığı için içsel motivasyona yönelmiş olabilirler. Çakır (2006), Demir (2008), Eymur ve Geban (2011), Gençay ve Gençay (2007), Gürşimşek (2002), İflazoğlu Saban ve Saban (2008), Saracaloğlu ve ark. (2008), Sıcak ve Başören (2015), Uyulgan ve Akkuzu (2014) yaptıkları araştırmalarında sınıf düzeyi yükseldikçe motivasyon düzeyinin düştüğü sonucuna ulaşmışlardır. Buna karşın Eğmir ve ark. (2013) ile Gürşimşek (2002) ise yaptıkları çalışmada akademik güdülenme düzeyinin yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır.

Bu araştırmada olduğu gibi yapılan benzer araştırmalarda da genel itibarıyla öğrencilerin sınıf düzeylerine göre algıladıkları öğretim elemanları mesleki yeterliğinde farklılıklar görülmektedir. Açı ve Saydan'ın (2009) yaptığı çalışmaya göre farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin, öğretim elemanı akademik kalite faktörlerine önem verme düzeylerinin farklılık gösterdiği görülmüştür. Eren (2014) 1. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinin, öğretim elemanları yeterliklerine ilişkin beklentilerinin oldukça yüksek olduğunu belirlemiştir. Tutkun ve Gür Erdoğan (2012) yaptıkları çalışmalarında 4. sınıf öğrencilerinin öğretim elemanlarını diğer sınıf düzeylerine göre daha yetersiz görmekte oldukları sonucunu bulmuşlardır.

Tüm alt boyutlarda “mesleğe ait olma” ile “program ve içerik” değişkenlerinin önemli yordayıcılar olduğu saptanmıştır. Buna göre öğretim elemanlarının “program ve içerik” bilgisi yeterlik alanında meydana gelebilecek artışın, mesleğe ve aileye aidiyet duygusunda desteğin sağlanmasının öğrencilerin akademik motivasyonunu arttırabileceği söylenebilir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalı öğrencilerinin motivasyonlarını yükseltecek olumlu bir ortamın hazırlanması önemlidir. Bu nedenle öğrencilerin öğrenim gördükleri kurumlarına ilişkin aidiyet duygusu geliştirilebilir.
- Öğretmen adaylarının birinci sınıftan başlayarak içsel motivasyonun artırılması için etkinlikler düzenlenebilir, öğrenme ortamlarında, programda değişiklikler yapılabilir.
- Öğretim elemanları mesleki yeterlikleri ile öğrencilerin okul bağlılık düzeyleri ve motivasyonları birbiriyle ilişkilidir. Bu nedenle bazı öğretim elemanları bu araştırma ile ortaya konulan öğretim elemanlarının nitelikleri dikkate alınarak ülke genelinde yapılacak kapsamlı bir hizmet-içi eğitimden geçirilebilir.

Kaynaklar

- Acat, M. B. ve Yenilmez, K. (2004). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine ilişkin motivasyon düzeyleri. *Manas Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 125-139.
- Açan, B. ve Saydan, R. (2009). Öğretim elemanlarının akademik kalite özelliklerinin değerlendirilmesi: Kafkas üniversitesi İİBF örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (2), 225-253.
- Akandere, M., Özyılmaç, N.T. ve Duman, S. (2010). Ortaöğretim öğrencilerinin beden eğitimi dersine yönelik tutumları ile akademik başarı motivasyonlarının incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 1-10.
- Akbaba, S. (2006). Eğitimde motivasyon, *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13, 343 – 361.
- Akbay, S.E. (2009). *Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinde akademik erteleme davranışı: Akademik güdülenme, akademik özyeterlik ve akademik yüklenme stillerinin rolü.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Akdemir, Ö. (2006). *İlköğretim öğrencilerinin matematik dersine yönelik tutumları ve başarı güdüsü.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Aktan, S. (2012). *Öğrencilerin akademik başarısı, öz düzenleme becerisi, motivasyonu ve öğretmenlerin öğretim stilleri arasındaki ilişki.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Alemdağ, C., Öncü, E. ve Yılmaz, A. K. (2014). Beden eğitimi öğretmeni adaylarının akademik motivasyon ve akademik öz-yeterlikleri. *Spor Bilimleri Dergisi*, 25 (1), 23-35.
- Altun, F. ve Yazıcı, H. (2010). Öğrencilerin okul motivasyonunu yordayan bazı değişkenler. *International. Conference on New Trends in Education and Their Implications* 11-13 November, Antalya-Turkey.
- Arioğul, S. (2009). İngiliz dili öğretmen adaylarının akademik motivasyonları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, 12-19.

- Başaran, İ.E. (1998), *Eğitime Giriş*, Ankara
- Çakır, E. (2006). *Anadolu öğretmen lisesinde okuyan öğrencilerin depresyon ve motivasyon düzeyleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Demir, M. K. ve Arı, E. (2013). Öğretmen adaylarının akademik güdülenme düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(3), 265-279.
- Demir, Z. (2008). *Uzaktan eğitim öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri (SAÜ örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Eğmir, E., Ödemiş, İ. S., Bayar, V., Bayar, A. ve Kayır, G. (2013). Lisansüstü eğitim gören öğrencilerin akademik güdülenme düzeyleri. *VI. Ulusal Lisansüstü Eğitim Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde (s.97-103), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Erdem, A. R. ve Gözel, E. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelik motivasyon düzeyleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 49-60.
- Eren, A. (2014). *Resim-iş eğitimi anabilim dalı öğretim elemanlarının mesleki yeterlilikleri*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Ersanlı, K. ve Koçyiğit, M. (2013). Ait olma ölçeğinin psikometrik özellikleri. *Turkish Studies*, 8(12), 751-764.
- Eymur, G. ve Geban, Ö. (2011). Kimya öğretmeni adaylarının motivasyon ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 36 (161), 246-255.
- Gençay Ö. A. ve Gençay S. (2007). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine ilişkin motivasyon düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(241), 241-253.
- Gürşimşek, I. (2002). Öğretmen adaylarında öğrenmeye ilişkin motivasyonel inançlar ve strateji kullanımı. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 135-155.
- İflazoğlu Saban, A. ve Saban, A. (2008). Sınıf öğretmenliği öğrencilerinin bilişsel farkındalıkları ile güdülerinin bazı sosyo-demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 9 (1), 35-58.
- İnel Ekici, D., Kaya, K. ve Mutlu, O. (2014). Ortaokul öğrencilerinin fen öğrenmeye yönelik motivasyonlarının farklı değişkenlere göre incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 13-26.
- Karagüven, M. H. Ü. (2012). Akademik motivasyon ölçeğinin Türkçeye adaptasyonu, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12 (4), 1-22.
- Murat, M., Aslantaş, H. İ., ve Özgan, H. (2006). Öğretim elemanlarının sınıf içi eğitim öğretim etkinlikleri açısından değerlendirilmesi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26 (3), 263-278.

- Pajares, F. ve Valiante, G. (2002). Gender differences in writing motivation and achievement of middle school students: A function of gender orientation? *Contemporary Educational Psychology*, 26 (3), 366-381.
- Saracaloğlu, A. S., Karasakaloğlu, N. ve Yenice, N. (2008). Sınıf öğretmeni adaylarının akademik güdülenme düzeyleri, fen ve sosyal bilimlere ilişkin görüşleri ile akademik başarıları arasındaki ilişki. *VII. Ulusal Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu*. 2-4 Mayıs 2008, Çanakkale.
- Sarı, M. (2013). Lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusu. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 147-160.
- Sıcak, A. ve Başören, M. (2015). Ortaöğretim öğrencilerinin akademik motivasyonlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (Bartın örneği). *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 548-560.
- Şahin, H. ve Çakar, E. (2011). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğrenme stratejileri ve akademik güdülenme düzeylerinin akademik başarılarına etkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(3), 519-540.
- Tutkun, Ö. F. ve Gür Erdoğan, D. (2012). Sakarya üniversitesi eğitim fakültesi öğrencilerine göre öğrenme-öğretme süreçlerinde öğretim elemanlarının yeterlikleri. *Akademik Bakış Dergisi*, 30, 1-11.
- Uyulgan, M. A. ve Akkuzu, N. (2014). Öğretmen adaylarının akademik içsel motivasyonlarına bir bakış. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 14 (1), 7-32.
- Yıldız, S. M. (2008). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin bir öğretim elemanında bulunması gereken niteliklere yönelik algılamalarının değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19), 1-7.
- Yılmaz, K. ve Çokluk Bökeoğlu, Ö. (2007). Üniversite öğrencilerinin fakülte yaşamının niteliğine ilişkin görüşlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 40(2), 179-204.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN ÜRETİM İŞLETMELERİNİN PERFORMANSINA ETKİSİ: ADANA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA

Musa ŞANAL¹
Murat ÖZTÜRK²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, örgüt kültürünün üretim işletmelerinin performansına etkisini araştırmaktır. Bu çalışmada örgüt kültürü ile işletme performansı arasındaki ilişki araştırılırken, buna ilaveten örgüt kültürü alt boyutları belirlenerek bu alt boyutlarla işletme performansı arasındaki ilişki araştırılacaktır. Bu sebeple Adana Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren üretim işletmeleri üzerinde bir uygulama yapılmıştır. Bu araştırmada kullanılan veriler, anket yöntemiyle elde edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde, örgüt kültürünün ve örgüt kültürünün sonuç ve destekleyicilik alt boyutu hariç, diğer alt boyutların üretim işletmelerinin performansı üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, Örgüt Kültürü, İşletme Performansı

THE EFFECT OF ORGANIZATION'S CULTURE ON THE PERFORMANCE OF PRODUCTION BUSINESS FIRMS: A RESEARCH IN ADANA ORGANIZED INDUSTRIAL ZONE

ABSTRACT

Aim of this study is to research effects of organization's culture on the production firms performance. In this study, relationship between organization culture and firm performance will be examined and on the other hand, the sub-dimensions of organization culture will be designated and also examined relationship between these sub-dimensions and firm performance will be studied. Thus, a study on production firms which were located in Adana Organized Industrial Zone had practiced. Datas are collected by sample surveys. Finally, analysis has showed that organization's culture and sub-dimensions of organization's culture -except for consequence and support dimensions- has effects on production firms performance.

Keywords: Organization, Organization Culture, Business Performance

Giriş

Yönetim ve organizasyon literatüründe işletmelerin performanslarına etki eden faktörler üzerine birçok çalışma yapılmış bulunmaktadır. Bu çalışmalarda işletme performansı kimi zaman rekabet stratejileri, örgüt kültürü ve yenilik gibi işletmeye bağlı eğilim ve uygulamalarla, kimi zaman da endüstriyel faktörlerle açıklanmaya çalışılmıştır (Karabağ, 2008; Zehir vd., 2010; İçci, 2008). Kimi zaman da kurumsal girişimcilik, stratejik oryantasyonlar veya stratejik yönelimler gibi stratejik yönetim yazınından beslenen

¹Dr. Öğr. Üyesi, Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, msanal77@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7996-2282

²Ar. Gör., Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, muratozturk@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7551-6461

Received/Geliş: 16/06/2019 Accepted/Kabul:27/08/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Şanal, M. ve Öztürk, M. (2019), "Örgüt Kültürünün Üretim İşletmelerinin Performansına Etkisi: Adana Organize Sanayi Bölgesinde Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.257-271.

kavramlarla açıklanmaya çalışılmıştır (Erkocaoğlu, 2012; Bulut, Alpkan ve Yılmaz 2009; Zehir, Altındağ ve Acar, 2010). Örneğin kurumsal girişimcilik, rekabet üstünlüğü kurmada ve bunun sonucunda finansal ödüller elde etmede temel etkidir (Covin ve Slevin, 1991). Literatürde de verilen örneklerle göre yeni ürün çıkaran ve yeni teknolojiyi kullanan kurumsal girişimciliği bünyesinde barındıran organizasyonlar yani öncüller genellikle finansal performansı maksimum olanlardır. Öncüller, geliri en yüksek müşteri grubunu hedef alabilir buna göre yüksek fiyat belirleyebilir, piyasa üzerinde kontrolleri oluşur ve dağıtım kanallarına hakim olabilirler ayrıca ürettikleri ürünler ilk olduklarından piyasa standardı olarak kabul edilebilir (Zahra ve Covin, 1995). Ancak kurumsal girişimciliğin olumlu sonuçlarını performans üzerinde görebilmek için uzun dönemli bakış açısına sahip olunmalıdır (Zahra ve Covin, 1995). Bu çalışmaların işletme performansını açıklama da zamanla yetersiz kalmaları sebebiyle yeni arayışlar ortaya çıkmıştır. Bu arayışlarda özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinde Japon işletmelerin çağdaşları olan ABD işletmelerine karşı kurdukları üstünlük araştırmacıları şaşırttığı gibi bunun sebepleri konusunda da kuramsal bir merakla itmiştir. Bu kuramsal merakın ve işletmelerin yeni istek ve ihtiyaçlarının bir sonucu olarak örgütsel kültür yönetim ve organizasyon literatürüne girmiştir. Bu bağlamda çalışmamızda örgüt kültürü ve işletme performansı hakkında bilgiler verilerek aralarındaki ilişkiler istatistiki yöntemlerle incelenecektir.

Günümüzde yaşanan küreselleşme sürecinde işletmelerin uzun süre rekabetçi kalabilmeleri, performanslarını arttırabilmelerine bağlıdır. Bu küreselleşme süreci örgütleri, yoğun ve dinamik bir ortamda faaliyetlerini sürdürmeye zorlamaktadır. Firmalar artan rekabet ortamında uzun vadeli firma amacı olan piyasa değerini maksimize etmek için, kendilerini orta ve kısa vadede bu hedeflere götüreceği başarı kriterlerini belirlemek ve bu kriterleri nasıl elde edip yöneteceğini belirlemek zorundadırlar. Artan rekabet ortamı, örgüt içinde iş görenin artan önemi, gereksinimlerinin çeşitliliği ve iş görene bakış tarzının farklılaşması ile birlikte, iş görenlerin kurumlarına katkısı, katkısının artırılması, mesleki ve kişisel gelişimi de önemini artırmakta ve buna bağlı olarak iş görenin performansının etkin bir şekilde yönetilmesini gerekli kılmaktadır.

İşletme performansı belirli bir zaman sonunda, işletmenin amaçlarını yerine getirme derecesi (İğci, 2008) veya işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için gösterdiği tüm çabaların değerlendirilmesi (Yıldız, 2011) olarak tanımlanabilir. İşletme performansı işletmenin belirli hedefleri gerçekleştirmek için oluşturduğu rekabet stratejilerinin ve kaynaklarının uygulanması neticesinde, elde edilen başarılar veya kazanımlar şeklinde de ifade edilebilmektedir (Karabağ, 2008, s. 23). İşletme performansı, işletme amaçlarının belirli bir zaman dilimi sonunda uygulamalardaki ve çıktılardaki hedeflere ulaşma derecesini başka bir deyişle başarı düzeyini ifade etmektedir (Porter, 1991). Performans ölçümünden elde edilen veriler, özellikle stratejilerin başarı düzeylerinin tespitinde dikkate alınan göstergeler olması nedeniyle, stratejik karar alma süreçlerinde de başvurulan kritik girdileridir. İşletme performansı, temel ekonomik hedeflere ulaşma düzeyinin yanı sıra, işletmenin değişen çevre koşullarına uyum becerisinin göstergesi ve rekabetteki varlığını devam ettirebilme de önemli bir faktördür (Hagedoorn ve Cloudt, 2003). Kısaca işletme performansı işletmenin belirli bir zaman dilimi içerisinde gösterdiği faaliyetler sonucu elde ettiği başarı şeklinde tanımlayabiliriz.

Ortak değer, norm ve uygulamalar şeklinde ele alınan örgüt kültürü kavramı ise, örgütlere bir kişilik kazandırarak onu diğer örgütlerden farklılaştırdığı gibi, çevreye uyum kazandıran ve örgüt çalışanlarına örgütte işlerin nasıl yürüdüğü konusunda fikir veren, içsel bütünleşmeyi sağlayan bir kavram olarak değerlendirilebilir. Dışsal uyum, içsel bütünleşme şeklinde de tanımlayabileceğimiz örgüt kültürünün işletmelerin performanslarına etkisi kültürel uyum ve güçlü bir örgüt kültürünün varlığıyla açıklanmaya çalışılmıştır (Sayılar, 2003). Kültürel uyumun özellikle işletmelerin faaliyet de bulunduğu çevreyle uyumunun (Öcal ve Ağca, 2010; Eren, Alpkan ve Ergün, 2003) ve güçlü bir örgüt kültürünün varlığının (Kaya, 2008; Çetin, Şeşen ve Basım, 2012; Doğan, 2013; Aydoğan, 2004) işletmelerin performansına etki ettiği çeşitli çalışmalarda vurgulanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, 20. yüzyılın son çeyreğinde literatüre kazandırılan örgüt kültürü kavramının işletmelerin performanslarına etkisini araştırmaktır. Bu amaçla da hem örgüt kültürü işletme performansı arasındaki ilişki hem de örgüt kültürü alt boyutları belirlenerek bu alt boyutlarla işletme performansı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma da kullanacağımız alt boyutların seçiminde Danışman ve Özgen (2003) tarafından geliştirilen boyutlar kullanılmıştır. Bu boyutlar geniş bir literatür taraması sonucunda farklı örgüt kültürü boyutlarının birleştirilmesi ve yerel kültüre uyarlanması nedeniyle seçilmiştir.

Örgüt kültürü, hem örgüt hem de örgüt çalışanları için son derece önemli olup, örgüt içindeki belirsizleri en aza indirerek, çalışanlara işin nasıl ve ne şekilde yapılacağına açıklık getirirken, aynı zamanda bazı fonksiyonları da üstlenmektedir (Şahin, 2010, s. 25). Örgüt kültürü örgüt çalışanlarını motive ederek örgütsel performansa katkı sağlarken (Aydoğan, 2004, s. 6; Kozlu, 201, s. 104; Bakan, Büyükbeşe ve Bedestenci, 2004, s. 20), değişen çevre ve teknoloji şartlarına uyumu kolaylaştırır (Örs, 2010, s. 55; Hasanoğlu, 2014, s. 43; Doğan, 2012, s. 8). Aynı zamanda örgüt kültürü örgüt yöneticilerine işleri nasıl yapacakları konusunda bir fikir verirken (Şahin, 2010, s. 28), örgüt içindeki yer alan farklı kültürleri homojenleştirerek, bu kültürlerin uyum içinde çalışmasına yol açar (Doğan, 2012, s. 8; Hasanoğlu, 2004, s. 43). Bazen de örgüt kültürünün, örgütlerin arasındaki görünmeyen ve gözlemlenemeyen bir güç olduğu ve örgütü bir arada tutan bir tutkal görevi sürdürdüğü öne sürülebilir (Yağmurlu, 1997, s. 720). Örgüt kültürü, başarılı işletmeleri rakiplerinden farklı kılan eşsiz karakteristiklerden biri olarak kabul edilmektedir (Berson, Oreg ve Dvir, 2008). Örgütün dış çevreye uyumu ve iç bütünleşmesi sırasında bulduğu ve iyi sonuç vermesi nedeniyle geçerli kabul ettiği ve yeni üyelere öğretilmesi gereken temel varsayımlar modeli olarak da tanımlanmaktadır (Schein, 1992)

Kısaca örgüt kültürü işletmelerin faaliyetlerini icra ettiği çevreyle olan ilişkisinden, işletmelerin içsel değerlerine, yöneticilerinin iş yapış şekline, işletme stratejilerine ve en önemlisi örgüt çalışanlarının kendilerini örgütle bütünleştirilmesi, örgütün çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün görme anlayışını benimsemesine kadar birçok alanda işletmeleri etkilemektedir. Bu ve benzeri nedenlerle örgüt kültürünün işletmeler için önemi yadsınamaz bir gerçektir.

Araştırmanın teorik ve yöntemsel çeşitli sınırlılıkları bulunmaktadır. Katılımcılar işletme performanslarıyla ilgili bilgileri ölçen soruları çeşitli gerekçelerle cevaplandırmamakta veya yanlış cevaplandırabilmektedir. Ayrıca, anket çalışmasına

katılanlar örgüt kültürünü ölçen sorular da cevapların kişisel olarak kullanılmayacağı konusunda bilgilendirilmiş olmalarına rağmen, gerçeği yansıtan yanıtlar yerine kültürel olarak doğru veya yanlış olarak algıladıkları yanıtları işaretleme yoluna gidebilmektedirler. Bunun yanı sıra, araştırma soruları arasında demografik özelliklerin de yer alması araştırmaya katılanların kimliklerinin tespit edilebileceği çekincesi yaratabilmektedir.

Örgüt kültürü ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi inceleyeceğimiz bu çalışmada aşağıdaki hipotezler test edilecektir;

H1: Örgüt kültürünün işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Kuralcılık eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Hiyerarşi eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H4: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Sonuç eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H5: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Klan eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H6: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Destekleyicilik eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H7: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Takım eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H8: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Gelişme eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H9: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Profesyonelizm eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H10: Örgüt kültürünün alt boyutlarından Açıklık eğiliminin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Yukarıdaki hipotezlerin kurulmasında, araştırma da kullanılan Danışman ve Özgen'in (2003) geliştirdiği ve literatüre kazandırdıkları kültür ölçeği boyutlarından yararlanılmıştır.

Metodoloji

Bu bölümde, araştırmada elde edilen bulgulara hangi adımlarla ulaşıldığı ortaya konulmaktadır. Bu kapsamda, öncelikle kullanılan verilerin nasıl toplandığı açıklanmaktadır. Daha sonra, verileri toplamak amacıyla kullanılan ölçeklere değinilmekte ve son olarak da verilerin analiz yöntemleri konusunda bilgi verilmektedir.

Araştırmada yer alan hipotezleri test etmek amacıyla kullanılan veriler, Adana OSB de faaliyet gösteren üretim işletmelerinden yüz yüze yapılan anketler aracılığıyla toplanmıştır. Anketin genel yapısı ve geri dönüşüm hakkında aşağıdaki kısımda detaylı bilgiler verilmektedir.

Araştırma da örgüt kültürünün işletme performansına etkisini incelemek amacıyla kullanılan veriler, uygulanan anketler yoluyla elde edilmiştir. Uygulanan anket 3 bölüm ve toplam da 73 sorudan oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde Danışman ve Özgen (2003) tarafından geniş bir literatür taraması yapılarak oluşturulan 9 boyutlu, 52

ifadeli örgüt kültürü ölçeği kullanılmıştır. Anketin ikinci bölümünde Öcal ve Ağca (2010) ile Erkocaoğlan'ın (2012) çalışmalarından faydalanılarak oluşturulan 15 ifadeli firma performansı ölçeği kullanılmıştır. Anketin son bölümünde ise katılımcıların demografik yapısını belirlemeye yönelik olarak 6 ifadeden oluşan demografik sorular kullanılmıştır.

Anketin ön testi, Adana OSB de faaliyet gösteren daha önceden belirlenen firmalara uygulanmıştır. Daha sonra anketler yüz yüze görüşülerek Adana OSB de faaliyet gösteren üretim işletmelerine uygulanmıştır. Ulaşılan firmalarda anketlerin 187 adedi doldurulmuştur. Yapılan incelemelerde uygun doldurulmadığı tespit edilen 35 anket analize dahil edilmemiştir. Bu çalışmada veri sağlamak amacıyla toplamda 152 adet anket analizde kullanılmıştır.

Araştırma evreni olarak Adana Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 305 adet üretim işletmesi seçilmiştir. Adana Organize Sanayi Bölgesinin araştırma evreni olarak seçilmesinde literatürde OSB'ler üzerinde çok sayıda çalışma olmasına karşın, örgüt kültürü açısından OSB'ler üzerinde yapılan çalışma sayısının yetersiz oluşu belirleyici olmuştur. Kentsel planlamadan, bölgesel gelişmeye, ülke ekonomisinden, kalkınmaya kadar birçok alanda etkin ve önemli olan OSB'lerin daha etkin ve verimli yönetimine katkı sağlamak amacıyla örgüt kültürü ve OSB'lerde faaliyet gösteren üretim işletmelerinin performansı arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmamızda bu alandaki bir boşluğu doldurmaya yönelik bir çaba içinde olunmuştur. Ayrıca verilere ve ilgili kişilere ulaşmada diğer OSB'lere kıyasla daha avantajlı ve daha hızlı olması sebebiyle Adana OSB araştırma evreni olarak seçilmesine karar verilmiştir.

Araştırma evreni olarak belirlenen Adana Organize Sanayi Bölgesindeki üretim işletmelerinden 42'sine ulaşılabilmıştır. Ulaşılabilen ve araştırmamıza veri sağlayan bu üretim işletmeleri araştırmamızın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada yapılan analizler bu üretim işletmelerinden sağlanan veriler üzerinden yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan değişkenleri ölçmek amacıyla anket formunun oluşturulması sürecinde alan yazınının incelenmesi sonucunda, çalışma için en uygun olduğu düşünülen örgüt kültürü ve firma performansı ölçekleri belirlenmiştir. Örgüt kültürü ölçeği olarak Danışman ve Özgen (2003) tarafından geniş bir literatür taraması yapılarak oluşturulan örgüt kültürü ölçeği seçilmiştir. İşletme performans ölçeği olarak da Erkocaoğlan (2012) ve Öcal ve Ağca'nın (2010) çalışmalarından derlenen işletme performansı ölçeği kullanılmıştır. Bu bölümde kullanılan örgüt kültürü ölçeği ve işletme performansı ölçeği hakkında detaylı bilgi verilmektedir.

Araştırmada örgüt kültürünün işletme performansına etkisini belirlemek amacıyla Danışman ve Özgen (2003) tarafından geliştirilmiş olan örgüt kültürü ölçeği kullanılmıştır. Bu örgüt kültürü ölçeği geniş bir literatür taraması sonucunda farklı örgüt kültürü boyutlarının birleştirilmesi ve yerel kültüre uyarlanması nedeniyle seçilmiştir.

Örgüt kültürü ölçeği 9 boyut ve 52 ifadeden oluşmaktadır. Danışman ve Özgen (2003) tarafından geliştirilen örgüt kültürü ölçeğindeki bu boyutlar; kuralcılık boyutu, hiyerarşi boyutu, sonuç boyutu, klan boyutu, destekleyicilik boyutu, takım boyutu, gelişme boyutu, profesyonelizm boyutu ve açıklık boyutudur

Örgüt kültürüne ilişkin maddeler 5'li Likert tipi ölçek ile 1="Hiç tanımlamıyor", 2="Tanımlamıyor", 3="Kısmen tanımlıyor", 4="Tanımlıyor", 5="Çok iyi tanımlıyor" şeklinde değerlendirilmiştir. Örgüt kültürü ölçeği aşağıdaki ifadelerden oluşmaktadır.

Araştırma da kullanılan işletme performansı ölçeği Erkocaoğlan (2012) ve Öcal ve Ağca'nın (2010) çalışmalarından oluşturulan 15 ifadeli firma performansı ölçeği kullanılmıştır.

Analiz ve Bulgular

Örgüt kültürü boyutlarının ve firma performansı boyutlarının güvenilirlik analizi Tablo 1'de verilmiştir. Bu analizde Cronbach Alfa katsayısı 0,60'dan büyük değerler için örgüt kültürü boyutları ve firma performansı ölçeği güvenilir sayılmıştır.

Örgüt kültürü ve firma performansı güvenilirlik analizi değerleri ve tanımlayıcı istatistikler aşağıda Tablo 1'de görülmektedir. Tablo 1'e göre takım eğilimi 4 ifade ile, gelişme eğilimi 3 ifade ile, profesyonelizm eğilimi 2 ifade ile, açıklık eğilimi 3 ifade ile, kuralcılık eğilimi 3 ifade ile, hiyerarşi eğilimi 4 ifade ile, sonuç eğilimi 3 ifade ile, klan eğilimi 6 ifade ile ve destekleyicilik eğilimi 4 ifade ile karşılık bulmaktadır.

Tablo 1. Örgüt Kültürü Boyutları ve Firma Performansı Güvenilirlik Analizi Değerleri ve Tanımlayıcı İstatistikler

	İfade Sayısı	Cronbach's α	Aritmetik Ortalama	Varyans
Takım Eğilimi	4	,665	4,146	,705
Gelişme Eğilimi	3	,687	4,149	,585
Profesyonelizm Eğilimi	2	,731	2,970	1,820
Açıklık Eğilimi	3	,612	3,923	,963
Kuralcılık Eğilimi	3	,539	4,127	,653
Hiyerarşi Eğilimi	4	,657	4,273	,652
Sonuç Eğilimi	3	,192	1,151	3,171
Klan Eğilimi	6	,740	4,012	,760
Destekleyicilik Eğilimi	4	,716	2,041	1,100
Firma Performansı Ölçeği	10	,926	4,035	,613

Tablo 2 de örgüt kültürünün boyutları ile firma performansının faktör yapıları görülmektedir. KMO>0,50'nin üzerinde olması faktör analizi için girdiğimiz verilerin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Örgüt Kültürü Boyutları ve Firma Performansı Faktör Yapıları

	KMO Değeri	Özdeğer	Varyans
Takım Boyutu	,689	2,053	51,327
Gelişme Boyutu	,576	1,864	62,137
Profesyonelizm Boyutu	,500	1,576	78,810
Açıklık Boyutu	,646	1,706	56,862
Kuralcılık Boyutu	,571	1,599	53,304
Hiyerarşi Boyutu	,660	1,988	49,708
Sonuç Boyutu	,501	1,238	41,259
Klan Boyutu	,754	2,617	43,617
Destekleyicilik Boyutu	,717	2,172	54,310
Performans Boyutu	,888	6,146	61,456

Cronbach Alfa katsayısı 0,60'dan büyük değerle için güvenli (Kalaycı, 2010, s. 405) olduğunu söylersek örgüt kültürü boyutlarının sonuç boyutu hariç geri kalan tüm boyutlarının güvenilir olduğunu söyleyebiliriz. Kuralcılık boyutu çok az bir farkla 0,60'dan küçük olduğu için ve bazı kaynaklara göre 0,50 ve üzeri güvenilirdir ifadelerinden dolayı güvenilir kabul edilir. Her bir kültürel boyuta ilişkin aritmetik ortalamalar ve varyanslar hesaplanmıştır. Örgüt kültürü boyutları 1,151 ile 4,273 arasında aritmetik ortalama değerleri almaktadır. Benzer şekilde varyans değerlerini ise 0,585 ile 3,171 arasında değerler almaktadır.

Firma performans ölçeği ise 10 ifade ile karşılık bulmaktadır. Cronbach Alfa değeri oldukça yüksek olan 0,926 değerini almaktadır. Bu da firma performans ölçeğinin oldukça güvenilir olduğunu bize göstermektedir. Ayrıca firma performans ölçeğinin aritmetik ortalaması 4,035 varyansı ise 0,613 değerlerini almaktadır.

Bu çalışmada korelasyon analizi Pearson'un korelasyon analizine göre yapılmıştır. Pearson korelasyon katsayısı, iki sürekli değişkenin doğrusal ilişkisinin derecesinin ölçümünde kullanılır ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki var mıdır sorusunun cevabı alınır (Kalaycı, 2010, s. 116).

Bu analizlerde gerekli görülen yerlerde takım boyutu "T" ile, gelişme boyutu "G" ile, profesyonelizm boyutu "Pro" ile, açıklık boyutu "A" ile, kuralcılık boyutu "Kk" ile, hiyerarşi boyutu "H" ile, klan boyutu "K" ile, destekleyicilik boyutu "D" ile, sonuç boyutu "S" ile ve performans boyutu "P" ile ifade edilecektir.

Tablo 3'den hareketle aşağıdaki sonuçlara ulaşabiliriz. Böylelikle örgüt kültürü ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi daha net bir şekilde görebiliriz.

- **Takım Eğilimi – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Takım eğilimi ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.”

- **Gelişme Eğilimi – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Gelişme eğilimi ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.”

- **Profesyonelizm Eğilimi – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Profesyonelizm eğilimi ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.”

- **Açıklık Eğilimi – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Açıklık eğilimi ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.”

- **Hiyerarşi Ölçeği – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Hiyerarşi eğilimi ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.”

- **Klan Eğilimi – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Klan eğilimi ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.”

- **Destekleyicilik Eğilimi – Performans İlişkisi**

“Örgüt kültürünün alt boyutlarından Destekleyicilik eğilimi ile işletme performansı arasında **olumsuz** bir ilişki vardır.”

Destekleyicilik eğilimi ve gerekli koşulları sağlayamadığından analize dahil edilemeyen sonuç eğilimi haricinde tüm örgüt kültürü boyutlarının işletme performansı ile arasında olumlu bir ilişki vardır.

Tablo 3. Örgüt Kültürü Boyutlarının ve Firma Performansının Korelasyon Analizi

Korelasyonlar^a

		T_Ort	G_Ort	Pro_Ort	A_Ort	Kk_Ort	H_Ort	K_Ort	D_Ort	P_Ort
T_Ort	Pearson	1	,205*	,681**	,429**	,392**	,215**	,586**	,021	,462**
	Korelasyon p (İki yönlü)		,012	,000	,000	,000	,008	,000	,802	,000
G_Ort	Pearson	,205*	1	,378**	,319**	,527**	,271**	,451**	,051	,275**
	Korelasyon p (İki yönlü)		,012	,000	,000	,000	,001	,000	,538	,001
Pro_Ort	Pearson	,681**	,378**	1	,502**	,540**	,202*	,616**	-,051	,502**
	Korelasyon p (İki yönlü)		,000	,000	,000	,000	,014	,000	,538	,000
A_Ort	Pearson	,429**	,319**	,502**	1	,462**	,162*	,622**	-,089	,365**
	Korelasyon p (İki yönlü)		,000	,000	,000	,000	,049	,000	,281	,000
Kk_Ort	Pearson	,392**	,527**	,540**	,462**	1	,324**	,621**	-,148	,465**
	Korelasyon p (İki yönlü)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,072	,000
H_Ort	Pearson	,215**	,271**	,202*	,162*	,324**	1	,284**	,173*	,183*
	Korelasyon p (İki yönlü)		,008	,001	,014	,049	,000	,000	,034	,025
K_Ort	Pearson	,586**	,451**	,616**	,622**	,621**	,284**	1	-,288**	,559**
	Korelasyon p (İki yönlü)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
D_Ort	Pearson	,021	,051	-,051	-,089	-,148	,173*	-,288**	1	-,173*
	Korelasyon p (İki yönlü)		,802	,538	,538	,281	,072	,034	,000	,035
P_Ort	Pearson	,462**	,275**	,502**	,365**	,465**	,183*	,559**	-,173*	1
	Korelasyon p (İki yönlü)		,000	,001	,000	,000	,000	,025	,000	,035

*Korelasyon 0.05 düzeyinde önemlidir. (İki yönlü).

** Korelasyon 0.01 düzeyinde önemlidir. (İki yönlü).

a. Listwise N=149

Çalışmamızda demografik özellikler de aşağıda Tablo 4'deki gibi çıkmıştır.

Tablo 4. Demografik Özellikler

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	77	50,7	50,7
Erkek	75	49,3	100,0
Yaş	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
-25	2	1,3	1,3
26-30	22	14,5	15,8
31-35	28	18,4	34,2
36-40	60	39,5	73,7
41-45	24	15,8	89,5
46-50	11	7,2	96,7
51+	5	3,3	100,0
Medeni Durum	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	129	84,9	84,9
Bekar	23	15,1	100,0
Eğitim Düzeyi	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lise	8	5,3	5,3
Ön Lisans	18	11,8	17,2
Lisans	106	69,7	87,4
Yüksek Lisans	18	11,8	99,3
Doktora	1	,7	100,0
Çalışılan Pozisyon	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst Düzey Yönetici	14	9,2	9,2
Orta Düzey Yönetici	41	27,0	36,2
Alt Kademe Yönetici	17	11,2	47,4
Uzman	47	30,9	78,3
Teknik Personel	13	8,6	86,8
İdari/Ofis Personeli	18	11,8	98,7
Diğer	2	1,3	100,0

Yapılan analizler neticesinde sonuç eğiminin işletme performansına etkisi vardır hipotezi ile destekleyicilik boyutunun işletme performansına etkisi vardır hipotezleri ret edilmiştir geri kalan hipotezler ise kabul edilmiştir. Sonuç eğilimi güvenilirlik analizinde çok düşük bir güvenilirlik değerine sahip olması nedeniyle ret edilmiştir. Destekleyicilik eğilimi ise işletme performansıyla arasındaki ilişkinin negatif olmasından dolayı ret edilmiştir. Sonuç olarak örgüt kültürünün işletmelerin performansına etkisinin araştırıldığı bu çalışmada bu etkinin varlığı açığa çıkarılmıştır. Yani örgüt kültürü işletmelerin performansını etki eder. Çalışmamızın sonuçları Tablo 5 de daha açık bir şekilde belirtilmiştir.

Tablo 5. Hipotezler

Hipotezler	İfadeler	Kabul/Ret
H1	Örgüt kültürünün işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H2	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Kuralcılık eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H3	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Hiyerarşi eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H4	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Sonuç eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	RET
H5	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Klan eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H6	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Destekleyicilik eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	RET
H7	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Takım eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H8	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Gelişme eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H9	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Profesyonelizm eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL
H10	Örgüt kültürünün alt boyutlarından olan Açıklık eğiliminin işletme performansına etkisi vardır.	KABUL

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmanın amacı, örgüt kültürü kavramının işletmelerin performanslarına etkisini araştırmaktır. Bu amaçla da hem örgüt kültürü işletme performansı arasındaki ilişki hem de örgüt kültürü alt boyutları belirlenerek bu alt boyutlarla işletme performansı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bunun için örgüt kültürünün işletmenin performansına etkisini belirlemeye ilaveten, örgüt kültürünün diğer alt boyutlarının da işletme performansına etkisini belirlemek amacıyla hipotezler kurulmuştur. Hipotezlerimizi test etmek için Adana OSB’de faaliyet gösteren üretim işletmeleri üzerine bir uygulama yapılmıştır. Elde edilen verilerle yapılan istatistiksel analiz sonuçları neticesinde örgüt kültürünün ve örgüt kültürünün sonuç ve destekleyicilik boyutu hariç diğer alt boyutlarının işletmelerin performansına etkisi tespit edilmiştir.

Örgüt kültürü kavramı, 20. yüzyılın son çeyreğinde literatüre girmesinden günümüze kadar araştırmacılar arasında kuramsal bir merak ve ilgiye neden olmuştur, olmaya da devam etmektedir. Rekabetin ve rekabet stratejilerinin sürekli olarak yenilediği ve inovasyonun her geçen gün daha etkili ve sürekli kullanılan rekabet aracı olduğu içinde bulunduğumuz dönemde, bu konunun tüm boyutları ile araştırılması kaçınılmaz olmuştur. İşletmelerin etkin ve güçlü bir örgüt kültürü oluşturma çabaları işte bu araştırmaların sonucunda ortaya çıkmıştır.

Karların yeniden karıldığı, oyunun kurallarının ve oyuncularının sürekli bir şekilde değiştiği günümüzde iş dünyasının karar alıcıları ve aktörleri rakiplerine üstünlük kurmak ve pazar paylarını korumak veya arttırmak için işletmelerinde güçlü bir örgüt kültürü oluşturmaları gerekmektedir. Çünkü örgüt kültürü işletmelerin faaliyetlerini icra ettiği çevreyle olan ilişkisinden, işletmelerin içsel değerlerine, yöneticilerinin iş yapış şekline, işletme stratejilerine ve en önemlisi örgüt çalışanlarının kendilerini örgütle bütünleştirmesi, örgütün çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün görme anlayışını benimsemesine kadar birçok alanda işletmeleri etkilemektedir. Ayrıca örgüt çalışanlarının kültürel farklılığı beraberinde farklı örgütsel alt kültürlerin oluşumuna neden olmaktadır. Aynı zamanda içinde yetiştikleri farklı sosyalleşme ve eğitim süreçlerine bağlı olarak farklı kültürler işletmeler içerisinde ortaya çıkmaktadır. Bu farklı kültürlerin ürünlerinin örgüt yapısına ve performansına etkisi de aynı oranda farklılık olarak yansımaktadır. Böylece farklı kültürel yapılardan meydana gelen örgütsel karakterlerin işletme performansı üzerine etkisi de farklı boyutlarda gerçekleştiği gözlemlenmektedir. İşte bu noktada güçlü bir örgüt kültürü bu farklılıkları kaynaştırarak ve işletmeyi olumsuz etkileyecek taraflarını elimine ederek işletme performansına pozitif katkı sağlar.

Örgüt kültürü kavramı üzerinde çok sayıda çalışılmış bir kavram olmasına karşın literatürde yeni bir kavram olarak değerlendirilebiliriz. Bu değerlendirmemizde kültür kavramının dolayısıyla örgüt kültürü kavramının çok geniş bir alanı kapsamaması, durağan değil yaşayan bir organizma gibi hareketli bir kavram olması ve piyasaların, örgütlerin, yöneticilerin, çalışanların ileride karşılaştıkları problemlerde sorun çözücü bir işleve sahip olması kavramın gelecekte de öneminin devam edeceğini göstermektedir. Örneğin nasıl ki insanlar ve toplumlar değişirse bunlardan etkilenen örgütlerin de bu değişimlerden etkilenmesi yadsınamaz bir gerçektir. İşte örgütlerin yaşanan bu değişimleri anlaması, yorumlaması ve yönetmesi örgüt kültürü kavramıyla mümkün hale gelmektedir. Dolayısıyla literatürde örgüt kültürü ile ilgili yapılan tüm çalışmalara rağmen bu çalışmaları buzdağının görünen yüzüne benzetebiliriz. Daha farklı bir deyişle toplumsal yapının temel dinamiklerinden birisini oluşturan kültür kavramının çeşitliliği (farklılıkları) göz önüne alındığında örgütler ve yönetimle ilgili olarak evrensel düzeyde gelişim süreçlerine ışık tutacaktır. Bu bağlamda dikkatli ve ilgili araştırmacılar ileriki yıllarda bu kavramla ilgili önemli çalışmalara imza atabilirler.

Araştırma alanı olarak Organize Sanayi Bölgesinin seçilmesinde literatürde OSB'ler üzerinde çok sayıda çalışma olmasına karşın, örgüt kültürü açısından OSB'ler üzerinde yapılan çalışma sayısının yetersiz oluşu belirleyici olmuştur. Kentsel planlamadan, bölgesel gelişmeye, ülke ekonomisinden, kalkınmaya kadar birçok alanda etkin ve önemli olan OSB'lerin daha etkin ve verimli yönetimine katkı sağlamak amacıyla örgüt kültürü ve OSB'lerde faaliyet gösteren üretim işletmelerinin performansı arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmamızda bu alandaki bir boşluğu doldurmaya yönelik bir çaba içinde olunmuştur. İleride bu konuda araştırma yapacak olan araştırmacılara OSB'ler de faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinden bu tarz bir araştırma yapması tavsiye edilebilir. Böylelikle ülkemiz için çok büyük bir öneme sahip olan KOBİ'lerin daha etkin ve güçlü bir şekilde varlığını sürdürmesinde örgüt kültürünün payı keşfedilebilir.

Araştırma sonucunda elde ettiğimiz bulguların ışığında firmalara şu önerilerde bulunabiliriz.

Firmalar performanslarını, doğal olarak pazar paylarını arttırmak ve rakiplerinden önde olabilmek için öncelikle faaliyet gösterdiği ülke kültürünü ve faaliyet kolundaki etkin olan değerleri dikkate alarak güçlü bir örgüt kültürü oluşturmaları gerekmektedir. Bu bağlamda oluşturdukları örgüt kültürünü tüm çalışanlarının benimsemelerini sağlamaları gerekmektedir. Böylelikle çalışanlar tarafından benimsenen ve bu doğrultuda çalışan firmaların performanslarında olumlu yönde iyileşmeler olacağı şüphesizdir.

Belli ve açık kuralları olan, bu kurallara uygun iş gören, ödüllendirme sistemi adil olan ve başarılı çalışanlarının yükselmesine dayalı sistemi olan, iş yerini çalışanlar için aile ortamına çeviren, takım çalışması ve iş birliğine açık, yetkinliğe önem veren firmalar başarılı örgüt kültürü olan firmalardır diyebiliriz. Bu tarz firmaların performanslarının yüksek çıkması çalışmamız ışığında şaşırtıcı olmayacaktır.

Çalışanlarına inisiyatif veren, işlerin yapılış şeklini ve riskini çalışanlara bırakan, işin yapılış şekline çok sonuçlar üzerine odaklanan firmalarda işletme performansını arttıran bir ilişkiye çalışmamızda rastlanmamaktadır. Belki de bu durum Hofstede'nin kültürel boyutlarıyla alakalı olabilir. Güç mesafesinin ve belirsizlikten kaçınma eğiliminin yüksek olduğu ülkeler bağlamında yer alan Türkiye'de bu sonuçlar çıkması sürpriz olmayabilir.

Son olarak çalışmamızda elde ettiğimiz bulgular neticesinde firmaların örgüt kültürü oluştururken içinde buldukları bağlamı doğru analiz etmeleri ve bu bağlama uygun örgüt kültürü oluşturmaları gerekmektedir. Bu sayede hedeflenen performans değerlerine ulaşarak rakiplerinden önde olacaklardır.

Kaynaklar

- Aydoğan, Z. F. (2004). Örgüt Kültürü ve İklimi, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:2, 203-215.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T., ve Bedestenci, H.Ç. (2004). *Örgüt Kültürü Teorik ve Ampirik Yaklaşım*, 1. Baskı. Bursa: Aktüel Yayınları.
- Berson, Y., Oreg, S., and Dvir, T. (2008). CEO values, organizational culture and firm outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 29(5), 615-633.
- Bulut, Ç., Alpkan, L. ve Yılmaz, C. (2009). Stratejik Oryantasyonlar ve Firma Performansı İlişkisi: Literatür Gelişimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, C:10, S:1, 1-34.
- Covin J. G. & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model Of Entrepreneurship As Firm Behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice* Volume 16 Issue 1, 7-25.
- Çetin, F., Şeşen, H. ve Basım, H.N. (2012). Örgüt Kültürünün Rol Ötesi Olumlu Davranışlara Olan Etkisi: Örgütsel Bağlılığın Aracı Değişken Rolü, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 1997-211.
- Danışman, A. ve Özgen, H. (2003). Örgüt Kültürü Çalışmalarında Yöntem Tartışması: Niteliksel-Niceliksel Yöntem İkileminde Niceliksel Ölçümler ve Bir Ölçek Önerisi, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 91-124.
- Doğan, B. (2012). *Örgüt Kültürü*, 2. Baskı. İstanbul: Beta.

- Doğan, E. Ş. (2013). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık*, 1. Baskı. İstanbul: Türkmen Kitabevi
- Eren, E., Alpkın L. ve Ergün E. (2003). Kültürel Boyutlar Olarak İşletmelerde İçsel Bütünleşme ve Dışsal Odaklanma Düzeylerinin Performansa Etkileri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(1), 55-70.
- Erkocaoğlu, E. (2012). Gelişmekte Olan Piyasalarda Sermaye Türlerinin Kurumsal Girişimcilik Yoluyla Firma Performansına Etkisi: İMKB' ye Kote Firmalar Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi, SBE Doktora Tezi, Adana, 180s.
- Hasanoğlu, M. (2004). Türk Kamu Yönetiminde Örgüt Kültürü ve Önemi, *Sayıştay Dergisi*. Sayı:52, 43-60.
- Hagedoorn, J. ve Cloudt, M., (2003). Measuring Innovative Performance: Is There An Advantage In Using Multiple Indicators?. *Research Policy*, 32, 1365–1379.
- İğci, E. (2008). Stratejik Esneklik ve Firma Performansı Arasındaki İlişki ve Çevresel Dinamizmin Bu İlişkiye Etkisine Yönelik Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, SBE Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 163s.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karabağ, S.F. (2008). Strateji ve Endüstrinin Firma Performansına Etkisi: Türkiye'nin Öncü Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi, SBE Doktora Tezi, Adana, 149s.
- Kozlu, C. (2014). *Kurumsal Kültür. ABD, Japonya ve Türkiye'de Başarılı Şirket Yönetimleri*, 4. Baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Öcal, H. ve Ağca, V. (2010). Teknolojik Değişim Hızına Bağlı olarak Farklılaşan Endüstri Yapılarının Örgüt Kültürü ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri, *Ege Akademik Bakış*, 10(1), 157-182.
- Örs, N. (2010). Örgüt Kültürü Tipleri İle Yönetim Tarzları Arasındaki İlişkinin Kamu Örgütlerinde İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yıldız Teknik Üniversitesi, SBE Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 170s.
- Porter, M.E. (1991). Towards a Dynamic Theory of Strategy, *Strategic Management Journal*, 12, 95-117.
- Sayılar, Y. (2003). Kültürel Değişim Kültüre Ne Kadar Duyarlı? Kültürel Değişiminin Nedenleri ve Değişim Süreci Üzerine Bir İnceleme, *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi*. C:22, S:2,v131-150.
- Schein, E. (1992). *Organizational Culture and Leadership*, Jossey Bass, San Francisco, 2nd Edition.
- Şahin, A. (2010). Örgüt Kültürü-Yönetim İlişkisi ve Yönetimsel Etkinlik, *Maliye Dergisi*. Sayı:159, 21-35.
- Yağmurlu, A. (1997). Örgüt Kültürü: Tanımlar ve Yaklaşımlar, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 52(1-4), 717-724.
- Yıldız, S. (2011). İşletme Performansının Ölçümü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, S.36, 179-193.
- Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). "Contextual Influences On The Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis", *Journal of Business Venturing* 10, 43-58.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 28, Sayı 2, 2019, Sayfa 257-271

Zehir, C., Altındağ, E., Acar, A.Z., (2010). Aile Şirketlerinde Stratejik Yönelim Düzeyleri ve Firma Performansı İlişkisi, *18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Adana, 20 Mayıs-22 Mayıs.

KÜRESEL ÖLÇEKTE ENERJİ SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ: MINT ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Betül ALTAY TOPCU¹

ÖZ

Bu çalışmada, MINT ülkeleri olarak bilinen Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye enerji sektörünün global ölçekteki rekabet gücünün, 2000-2017 dönemi için, Ticaret Dengesi İndeksi (Trade Balance Index-TBI) ile ölçülmesi amaçlanmıştır. Enerji sektörüne ait dört alt sektörün rekabet gücü, Standart Uluslararası Ticaret Sınıflaması'na (Standard International Trade Classification -SITC Rev.3) göre iki dijital veriler ile analiz edilmiştir. Çalışma, hem ulusal hem de uluslararası literatürde enerji sektörünün rekabet gücünün ölçülmesine yönelik olarak yapılan çalışma sayısının yetersiz olması ve literatürdeki bu boşluğun doldurulması, ayrıca Türkiye enerji sektörünün rekabet gücünün artırılabilmesi için politika önerilerinde bulunulması açısından önem arz etmektedir. İndeks sonuçlarına göre, Türkiye sadece 35 kodlu sektörde genel olarak net ihracatçı konumdayken, diğer sektörlerde net ithalatçı konumdadır. Meksika 33 ve 35 kodlu sektörlerde, Endonezya 32, 33 ve 34 kodlu sektörlerde, Nijerya 33 ve 34 kodlu sektörlerde net ihracatçı konumdadır. MINT ülkeleri arasında enerji sektörünün rekabet gücü en düşük ülke Türkiye'dir. Meksika ülkesinin rekabet gücü Türkiye ile benzer ancak Türkiye'den daha iyi konumdadır. Rekabet gücü en yüksek ülkeler ise Nijerya ve Endonezya'dır.

Anahtar Kelimeler: Enerji Sektörü, Enerji Sektörü Alt Sektörleri, Ticaret Dengesi İndeksi, Rekabet Gücü, MINT Ülkeleri

EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF THE ENERGY SECTOR ON A GLOBAL SCALE: THE CASE OF MINT COUNTRIES

ABSTRACT

The aim of this study is to be measured the competitiveness of energy sector in a global scale for the 2000-2017 period with the Trade Balance Index (Trade Balance index-TBI) in MINT countries known as Mexico, Indonesia, Nigeria and Turkey. The competitiveness of the four sub-sectors of energy sector was analyzed with two-digit data according to the Standard International Trade Classification (SITC Rev.3). The study is important that in terms of filling this gap in the literature due to inadequate the number of studies conducted to measure the competitiveness of energy sector in both national and international literature, is also that important in terms of making in the policy recommendations to increase the competitiveness of energy sector in Turkey. According to the index results, while Turkey is a net exporter only in the 35 coded sector generally, it is a net importer in other sectors. Mexico is a net exporter in the 33, 35 and 34 coded sectors and 32, 33 and 34 coded sectors. Nigeria is a net exporter in the 33 and 34 coded sectors. Turkey has the lowest competitiveness in the energy sector among the countries MINT. Mexican's the competitiveness of energy sector is similar with Turkey, but it is better than Turkey's competitiveness of energy sector. Nigeria and Indonesia are the countries have the highest competitiveness in the energy sector.

Keywords: Energy Sector, Energy Sector Sub-Sectors, Trade Balance Index, Competitiveness, MINT Countries

¹ Doç. Dr., Kayseri Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Dış Ticaret Bölümü, batopcu@erciyes.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2044-4568.

Received/Geliş: 25/04/2019 Accepted/Kabul:24/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı: Altay Topcu, B. (2019), "Küresel Ölçekte Enerji Sektörünün Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi: MINT Ülkeleri Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.272-285.

Giriş

Enerji, ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişiminde önemli bir girdi kaynağıdır. Kömür, doğalgaz petrol vb. enerji kaynaklarının sınırlı olmasından dolayı, enerji kaynaklarının verimli kullanılması gerekmektedir. Buna yönelik olarak da ekonomi politikası uygulayıcılarının enerji kullanımı ile ilgili etkin politikalar üretmesi kaçınılmazdır. Büyük ölçekli sanayi tesislerinin üretim yapabilmesi için kullanması gereken en önemli girdi kaynaklarından birisi de enerjidir. Bu yolla bir üretim faktörü olarak kullanılan enerji girdisinin ülkelerin ekonomik büyümesine sağladığı katkı, enerjinin bir gelişmişlik ölçütü olarak kullanılmasına imkân vermiştir.

Gelişmekte Olan Ülkelerde genel olarak enerji üretimi, enerji tüketimini karşılayamamaktadır. Petrol, doğalgaz ve elektrik gibi büyük öneme sahip girdiler üzerine konulan vergiler, üretim maliyetlerini artırıcı bir etki yaratmaktadır. Enerji maliyetlerinin artması ile sonuçlanan bu durum ülkeleri enerji sektöründe dışa bağımlı hale getirerek, ülkelerin rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir (Erdoğan ve Gürbüz, 2014, 79).

Enerjinin günlük yaşamdaki öneminin giderek artması ile birlikte, yaşamın sürdürülebilmesi için ihtiyaç duyulan enerjinin temin edilmesi de en önemli sorunlardan biri haline gelmiştir. Özellikle, ülkemizde olduğu gibi birincil enerji kaynaklarının temin edilmesi ithalata bağlıdır. Enerji sektörünün ithalata olan bağımlılığı ülke ekonomilerinde büyük dış ticaret açıkları ve dolayısıyla cari açık sorununu ortaya çıkarmaktadır. Gelişmekte Olan Ülkelerde gittikçe artan enerji ihtiyacının karşılanamamasının en önemli nedenlerinden biri de enerji yatırımlarının zamanında yapılamamasıdır (Ergün, 2005, 527-528).

Ekonomist Jim O'Neill tarafından 2000'li yılların başında dünyanın en hızlı gelişen yükselen piyasaları olarak belirtilen BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin) grubu ülkelerinin son yıllarda performanslarının düşmesi nedeniyle, yeni piyasa arayışları gündeme gelmiştir. Bu sebeple O'Neill tarafından 2013 yılı sonunda dünya ekonomisinin "Yeni Dörtlü"sü olarak belirtilen MINT (Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye) grubu ülkeleri ortaya çıkmıştır. Bu ülkelerin, özellikle demografik avantajları nedeniyle önümüzdeki 20 yıl için geleceğin ekonomileri arasında olacağı ifade edilmektedir (Hayaloğlu, 2015, 18).

Bu çalışmanın amacı, MINT ülkeleri örneğinde 2000-2017 dönemi için, SITC Rev.3 sınıflamasına göre iki dijital veriler ile, enerji sektörüne ait dört alt sektörün rekabet gücünün analiz edilmesidir. Analiz yöntemi olarak TBI indeksi kullanılmıştır. Böylece sektörlerin net-ihracatçı ve net-ithalatçı konuma sahip olup olmadıkları söz konusu dönem itibarıyla değerlendirilmiştir. Söz konusu sektörlerinin ihracatının rekabet gücünün analiz edilmesi, ilgili ülkelerde uygulanan ve uygulanması gereken etkin enerji politikalarının belirlenmesi gerekliliği açısından önem arz edecektir. Bu anlamda elde edilen analiz sonuçlarına göre, enerji sektörü MINT ülkelerinde özellikle de Türkiye ekonomisinde desteklenmesi gereken en önemli sektörlerden birisidir.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde, literatürde yer alan enerji sektörüne yönelik rekabet gücü çalışmaları ve diğer sektörlerin rekabet gücünün ölçülmesine yönelik olarak yapılan ampirik çalışmalara yer verilmiştir. İkinci bölümde, çalışmada kullanılan yöntem olan Ticaret Dengesi İndeksi (Trade Balance Index-TBI) ve analizde kullanılan veriler açıklanmıştır. Üçüncü bölümde, enerji

alt sektörlerine ait analiz sonuçları sunulmuştur. Çalışma sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

Literatür Araştırması

Ampirik literatürde, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde ülkelerin dış ticarete rekabet gücünün ölçümüne yönelik olarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksleri yardımıyla sektörel düzeyde yapılmış çalışma sayısı oldukça fazladır. Ancak enerji sektörünün rekabet gücü ölçümüne yönelik çalışma sayısı yetersizdir. Rekabet gücü ölçümüne yönelik literatürde yapılan çalışmaların bazıları aşağıdaki gibidir:

Widodo (2016), ASEAN (Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği) ülkelerinin enerji sektörünün rekabet gücünü, enerji sektörü verilerinin elde edilebilirliğine göre farklı yıllar için, Ticaret Dengesi indeksi ile ölçmüştür. Çalışma sonuçlarına göre, ASEAN ülkeleri SITC 333 kodlu ürünler (kömür, linyit ve turba) ve SITC 341 kodlu ürünlerde (gaz, doğal gaz ve diğer mamul gazlar) en fazla rekabetçi üstünlüğe sahipken; SITC 332 kodlu ürünlerde (briketler, kok ve yarı kok, linyit veya turba, imbik karbon) en az rekabetçi üstünlüğe sahiptir.

Kuşat (2018), AB 28 ülkelerinin ve AB'ye aday ülkelerin SITC Rev.3 sınıflamasına göre enerji sektörü rekabet gücünü 2006-2016 yılları için analiz etmiştir. Çalışmada Balassa (1965)'in Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, enerji sektörünün geneli için 2006 yılında sadece Karadağ ve Arnavutluk ekonomisi enerji sektöründe yüksek bir rekabet gücüne sahiptir. AB'ye aday diğer ülkeler ise enerji sektörünün geneli göz önüne alındığında rekabetçi dezavantaja sahiptir.

Altay ve Gürpınar (2008), Türkiye'nin mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücünü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi, Görelî İhracat Avantaj İndeksi, Görelî İthalat Avantaj İndeksi ve Görelî Ticaret Avantaj İndeksleri ile 2001-2006 dönemi için ölçmüşlerdir. Genel olarak indeks sonuçlarına göre, Türkiye mobilya sektöründe uluslararası alanda rekabetçi avantaja sahiptir. Çalışmada ayrıca Türkiye'nin mobilya sektörünün AB karşısındaki rekabet gücü İhracatta Uzmanlaşma İndeksi ile aynı dönem için ölçülmüştür. Elde edilen bulgulara göre, Türkiye ekonomisi mobilya sektöründe AB karşısında rekabetçi dezavantaja sahiptir.

Ardıç (2017), Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi ile Türkiye'nin ihracat yaptığı sektörlerin rekabet gücünü 2005-2016 yılları için hesaplamıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, Türkiye'nin bitkisel ürünler, gıda sanayi ürünleri, tekstil ürünleri, cam ve cam eşya, metaller, araçlar fasıllarında ihracatta karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir.

Çakmak (2005), Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü, Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksi ve Volrath İndeksleri ile 1989-2003 yılları için analiz etmiştir. İndeks sonuçlarına göre, Türkiye SITC 84 kodlu ürünlerde (konfeksiyon ve aksesuarları) ve SITC 65 kodlu ürünlerde (dokumacılık ürünleri) açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Ancak son yıllarda, genel olarak tüm ürün gruplarının rekabet gücünde önemli düşüşler ortaya çıkmıştır.

Erkan ve Batbaylı (2017), KEİ'nin (Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü) rekabet gücünü 2000-2014 yılları için Balassa İndeksi ve Volrath İndeksleri ile ölçmüşlerdir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, KEİ ülkeleri hammadde ve emek yoğun ürünlerin

ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken, ar-ge ve teknoloji yoğun ürünlerin ihracatında küresel pazarlarda rekabetçi dezavantaja sahiptir.

Rossato vd. (2018), ahşap hamuru üretiminin rekabet gücünü Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya, Kanada, İsveç, Finlandiya ve Çin ekonomileri için ölçmüşlerdir. Rekabet gücü ölçümünde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksi ve Ticaret Dengesi indekslerini kullanmışlardır. AKÜ indeks sonuçlarına göre, Çin dışında tüm ülkeler söz konusu üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük İndeks sonuçlarına göre Finlandiya, Kanada ve İsveç en yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkelerdir. TBI indeks sonuçlarına göre ise söz konusu üründe Brezilya, Finlandiya, Kanada, İsveç ve ABD net ihracatçı ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Ancak Çin net ithalatçı ve karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

Arastou (2008), Kazakistan'ın AB-27'ye yapılan dünya ihracatının SITC sınıflamasında yer alan tüm sektörlerin rekabet gücünü, 1999-2006 yılları için analiz etmiştir. Ampirik analiz Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksi'ne dayanmaktadır. Kazakistan'ın enerji sektörü, tekstil sektörü, kimyasal ürünler ve demir-çelik ürünlerinin bazı alt sektörlerinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük göstermesine rağmen, rekabet edebilirliğinin neredeyse tüm sektörlerde düşüş eğiliminde olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Startiene ve Remeikiene (2014), 2007-2011 yılları için, Litvanya'nın sanayi sektörünün rekabet gücünü analiz etmişlerdir. Rekabet gücünü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler İndekslerini kullanarak ölçmüşlerdir. İndeks sonuçlarına göre, Litvanya 2007-2011 yıllarında özellikle gıda, kimyasal, ahşap ve tekstil ürünlerinde dünya ölçeğinde en güçlü rekabet pozisyonuna sahiptir.

Veri ve Yöntem

Çalışmada MINT ülkelerinin enerji sektörünün rekabet gücü, TBI indeksi yardımıyla SITC Rev.3 sınıflamasına göre iki dijital veri ile, 2000-2017 dönemi için ölçülmüştür. MINT ülkelerine ait enerji sektörü verileri Birleşmiş Milletlerin Uluslararası Ticaret İstatistikleri veri tabanından elde edilmiştir (UN Comtrade, International Trade Statistics Database).

Çalışmada analiz edilen enerji sektörü kodları ve tanımları Tablo 1'de verilmiştir. Birleşmiş Milletlerin Uluslararası Ticaret İstatistikleri veri tabanında SITC Rev.3 sınıflamasına göre enerji sektörü 3 nolu başlıkta verilmiştir. Bu çalışmada enerji sektörünün rekabet gücünün genel durumunu analiz etmek için 3 nolu koda ait veriler kullanılmıştır. Ayrıca iki dijital enerji sektörü alt sektörleri analize dâhil edilmiştir.

Tablo 1. Enerji Sektör Kodları ve Tanımları

Sektör Kodları	Sektör Tanımları
3	Mineral Yakıtlar, Yağlar ve Alkali Ürünler
32	Kömür, Kok Kömürü ve Briketler
33	Petrol, Petrol Ürünleri ve İlgili Malzemeler
34	Petrol Gazları, Doğal Gaz ve Diğer Mamul Gazlar
35	Elektrik Enerjisi

Ampirik literatürde rekabet gücü ölçümlerinde genel olarak Balassa (1965) tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Comparative Advantage-RCA) İndeksi ve Vollrath (1991) tarafından geliştirilen Açıklanmış İhracat Avantajı (Revealed Export Advantage-RXA) ve Açıklanmış İthalat Avantajı (Revealed Import Advantage-RMA) İndeksleri kullanılmaktadır. Son dönemlerde yapılan çalışmalarda bu indekslerin yanı sıra Dalum, Laursen ve Villumsen (1998) tarafından geliştirilen ve Balassa İndeksi'ne farklı bir yorum katan Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Symmetric Comparative Advantage-RSCA) İndeksi kullanılmaktadır.

Ayrıca Lafay (1992) tarafından geliştirilen Ticaret Dengesi İndeksi (Trade Balance Index-TBI) kullanılan diğer bir indekstir. Söz konusu indeks ilgili ülkenin ticaret dengesini (net ithalatçı-net ihracatçı olup olmama durumunu) analiz etmektedir. Dolayısıyla bu indeks, ülkenin ticaret dengesinin belirlenmesi ile rekabetçi üstünlük durumunu da ortaya koymakta ve bu açıdan en kapsamlı indeks olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, çalışmada MINT ülkelerinin enerji sektörünün rekabet gücü TBI indeksi ile ölçülmüştür.

Lafay (1992) tarafından geliştirilen TBI indeksi, bir ülkenin belirli bir ürün grubunda, net ihracatçı veya net ithalatçı olup olmadığını göstermektedir. TBI indeksi aşağıdaki gibi formüle edilmektedir:

$$TBI_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij}) \quad (1)$$

1 nolu denklemde TBI_{ij} , ilgili ülkelerin j sektörü için Ticaret Dengesi İndeksi'ni, M_j sektöründeki ithalat değerini, X_j sektöründeki ihracat değerini göstermektedir. TBI indeksi -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri -1 ise, ilgili ülkenin j sektöründe yalnızca ithalatçı olduğu, eğer indeks değeri +1 ise, ilgili ülkenin j sektöründe yalnızca ihracatçı olduğu söylenir. İndeks değerinin 0'a eşit olması ise ilgili ülkenin j sektörüne ait ihracat ve ithalat değerlerinin birbirine eşit olduğunu gösterir. İndeks değerlerinin -1, +1 ve 0 değerlerini alması, ilgili ülkenin genellikle ilgili sektörde hem ihracatçı hem de ithalatçı olmasından dolayı çok fazla mümkün olmayan bir durumdur. Bu yüzden TBI indeksinin negatif değerler alması durumunda ilgili ülke net ithalatçı, pozitif değerler alması durumunda ise net ihracatçı olarak yorumlanmaktadır (Altay Topcu ve Sümerli Sarıgül, 2015, 336).

Enerji Sektörü Rekabet Gücü Analiz Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak MINT ülkelerinin enerji sektörüne ait alt sektörlerin rekabet gücü analiz sonuçları değerlendirilmiştir. Daha sonra söz konusu ülkelerin enerji sektörünün rekabet gücü genel durumu analiz edilmiştir.

Enerji Sektörüne Ait Alt Sektörlerin Rekabet Gücü Analizi

Çalışmanın bu kısmında MINT ülkelerinin enerji sektörü alt sektörleri TBI indeks değerleri ve bu değerlerin grafiksel gösterimi ile değerlendirilmiştir.

Türkiye Enerji Sektörü Rekabet Gücü Analiz Sonuçları

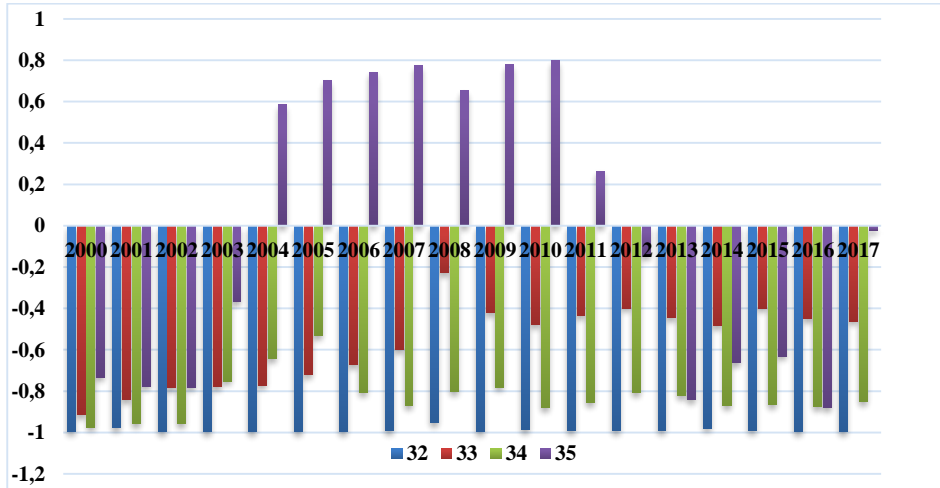
Türkiye ekonomisi için TBI indeks sonuçları Tablo 2 ve Şekil 1'de gösterilmiştir. Tablo 2 ve Şekil 1'de görüldüğü gibi, 2000-2017 dönemi için Türkiye ekonomisi 32, 33 ve 34 kodlu sektörlerde karşılaştırmalı dezavantaja sahip ve net ithalatçı konumda iken, 35 kodlu üründe ise 2004-2011 dönemi için karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı

konumdadır. 35 kodlu üründe diğer yıllarda karşılaştırmalı dezavantaja sahip ve net ithalatçı konumdadır.

Tablo 2. Türkiye Enerji Sektörü TBI İndeks Sonuçları

Yıllar	Sektörler			
	32	33	34	35
2000	-0,9939	-0,9127	-0,9736	-0,7319
2001	-0,9779	-0,8427	-0,9566	-0,7758
2002	-0,9958	-0,7840	-0,9552	-0,7801
2003	-0,9970	-0,7785	-0,7508	-0,3677
2004	-0,9961	-0,772	-0,6406	0,5865
2005	-0,9942	-0,7192	-0,5304	0,7007
2006	-0,9975	-0,6718	-0,8049	0,7432
2007	-0,9905	-0,5999	-0,869	0,7739
2008	-0,9536	-0,2278	-0,8016	0,6511
2009	-0,9968	-0,4199	-0,7809	0,7802
2010	-0,9886	-0,4777	-0,8774	0,7971
2011	-0,9910	-0,4333	-0,8566	0,2642
2012	-0,9889	-0,3981	-0,8063	-0,1463
2013	-0,9891	-0,4460	-0,8222	-0,8406
2014	-0,9784	-0,4834	-0,8717	-0,6633
2015	-0,9906	-0,3989	-0,8658	-0,6298
2016	-0,9951	-0,4505	-0,8746	-0,8804
2017	-0,9942	-0,4610	-0,8509	-0,0217

Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır.



Şekil 1. Türkiye Enerji Sektörü TBI İndeks Değerleri Grafiği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

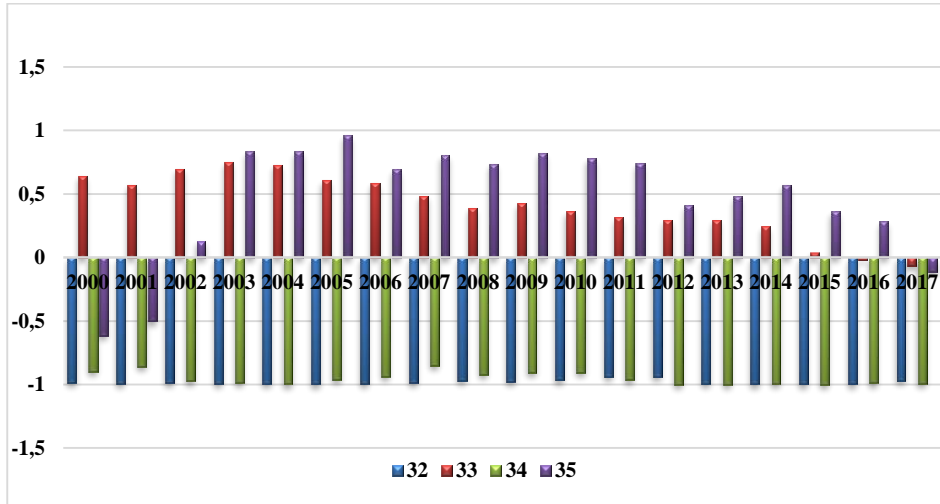
Meksika Enerji Sektörü Rekabet Gücü Analiz Sonuçları

Meksika ekonomisi için TBI indeks sonuçları Tablo 3 ve Şekil 2’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Meksika Enerji Sektörü TBI İndeks Sonuçları

Yıllar	Sektörler			
	32	33	34	35
2000	-0,9865	0,6418	-0,8997	-0,6149
2001	-0,9924	0,5712	-0,8613	-0,5034
2002	-0,9872	0,6963	-0,9740	0,1290
2003	-0,9949	0,754	-0,9879	0,8350
2004	-0,9960	0,7283	-0,9973	0,8352
2005	-0,9964	0,6085	-0,9634	0,9588
2006	-0,9935	0,5870	-0,9376	0,6940
2007	-0,9832	0,4869	-0,8490	0,8043
2008	-0,9701	0,3907	-0,9220	0,7387
2009	-0,9797	0,4263	-0,9091	0,8230
2010	-0,9671	0,3636	-0,9104	0,7781
2011	-0,9404	0,3160	-0,9665	0,7417
2012	-0,9385	0,2950	-0,9979	0,4086
2013	-0,9953	0,2956	-0,9975	0,4787
2014	-0,9968	0,2434	-0,9941	0,5714
2015	-0,9969	0,0390	-0,9990	0,3615
2016	-0,9974	-0,0193	-0,9894	0,2859
2017	-0,9700	-0,0683	-0,9906	-0,1091

Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır.



Şekil 2. Meksika Enerji Sektörü TBI İndeks Değerleri Grafiği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3 ve Şekil 2’de görüldüğü gibi, Meksika ekonomisi 2000-2017 dönemi için 32 ve 34 kodlu sektörlerde karşılaştırmalı dezavantaja sahip ve net ithalatçı konumda iken, 33 kodlu sektörde 2000-2015 döneminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. Bu üstünlüğünü 2016 ve 2017 yılları için yitirmiştir. 35 kodlu sektörde ise 2002-2016 döneminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. Bu sektörde diğer yıllar için karşılaştırmalı dezavantaja sahip ve net ithalatçı konumdadır.

Endonezya Enerji Sektörü Rekabet Gücü Analiz Sonuçları

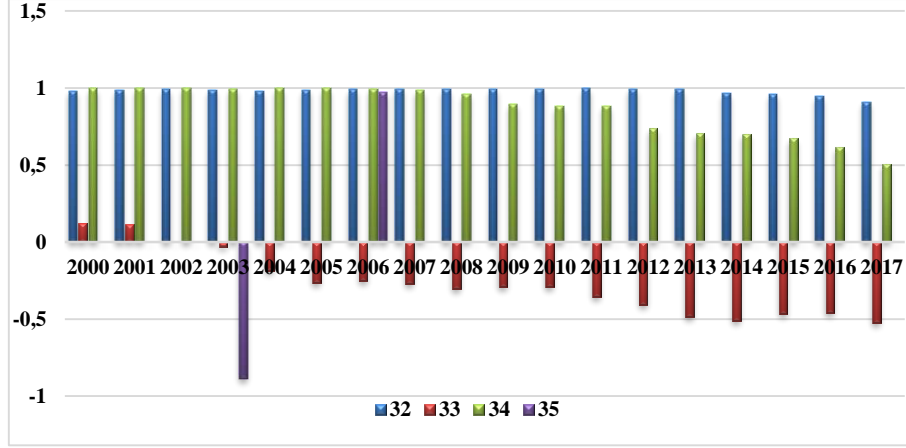
Endonezya ekonomisi için TBI indeks sonuçları Tablo 4 ve Şekil 3’de gösterilmiştir. Tablo 4 ve Şekil 3’de görüldüğü gibi, Endonezya ekonomisi, 2000-2017 dönemi için 32 ve 34 kodlu sektörlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumda iken, 33 kodlu sektörde 2000-2002 dönemi için karşılaştırmalı dezavantaja sahip ve net ithalatçı konumdadır. Ancak söz konusu sektörde, 2003-2017 döneminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. 35 kodlu sektörde ise veri eksikliği nedeniyle hesaplanan 2003 ve 2006 yılları için sırasıyla net ithalatçı ve net ihracatçı konumdadır.

Tablo 4. Endonezya Enerji Sektörü TBI İndeks Sonuçları

Yıllar	Sektörler			
	32	33	34	35
2000	0,9806	0,1235	0,9989	*
2001	0,9874	0,1138	0,9965	*
2002	0,9898	0,0009	0,9999	*
2003	0,9868	-0,0274	0,9934	-0,8868
2004	0,9790	-0,1871	0,9978	*
2005	0,9888	-0,2624	0,9968	
2006	0,9928	-0,2520	0,9941	0,9715
2007	0,9940	-0,2717	0,9823	*
2008	0,9910	-0,3059	0,9611	*
2009	0,9940	-0,2907	0,8962	*
2010	0,9958	-0,2917	0,8812	*
2011	0,9969	-0,3534	0,8837	*
2012	0,9949	-0,4072	0,7389	*
2013	0,9899	-0,4826	0,7069	*
2014	0,9661	-0,5113	0,7006	*
2015	0,9600	-0,4639	0,6741	*
2016	0,9454	-0,4616	0,6166	*
2017	0,9086	-0,5234	0,5073	*

Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır.

*Söz konusu yıllara ait sektör ihracat verileri mevcut olmadığı için TBI indeks değerleri hesaplanamamıştır.



Şekil 3. Endonezya Enerji Sektörü TBI İndeks Değerleri Grafiği
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Nijerya Enerji Sektörü Rekabet Gücü Analiz Sonuçları

Nijerya ekonomisi için TBI indeks sonuçları Tablo 5 ve Şekil 4’de gösterilmiştir.

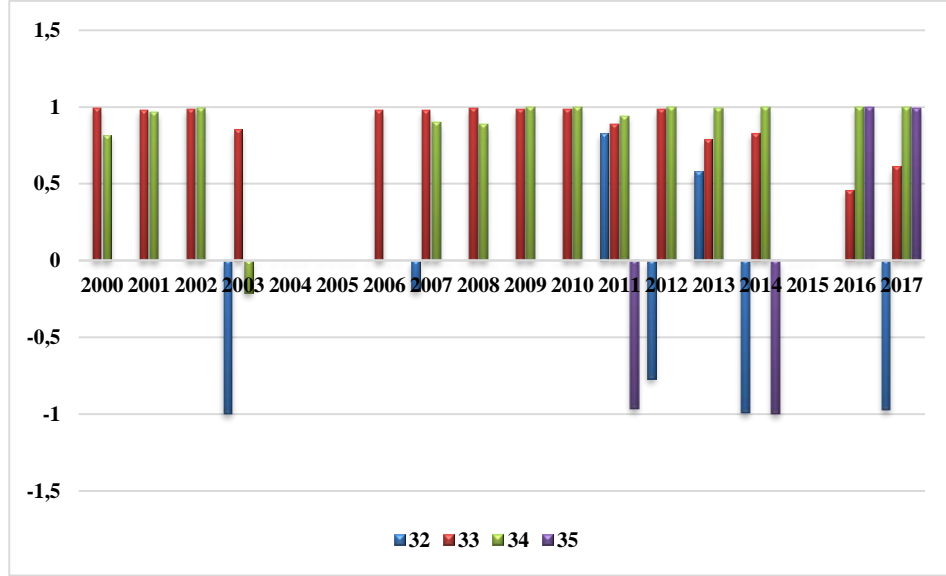
Tablo 5. Nijerya Enerji Sektörü TBI İndeks Sonuçları

Yıllar	Sektörler			
	32	33	34	35
2000	*	0,9931	0,8184	*
2001	*	0,9817	0,9635	*
2002	*	0,9867	0,9944	*
2003	-0,9985	0,8536	-0,2113	*
2004	*	*	*	*
2005	*	*	*	*
2006	*	0,9787	*	*
2007	-0,1956	0,9782	0,8975	*
2008	*	0,9887	0,8858	*
2009	*	0,9845	0,9976	*
2010	*	0,9838	0,9989	*
2011	0,8277	0,8901	0,9409	-0,9656
2012	-0,7720	0,9850	0,9990	
2013	0,5783	0,7920	0,9920	
2014	-0,9943	0,8296	0,9999	-0,9968
2015	*	*	*	
2016	*	0,4600	0,9995	0,9986
2017	-0,9734	0,6136	0,9997	0,9922

Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır.

*Söz konusu yıllara ait sektör ihracat ve ithalat verileri mevcut olmadığı için TBI indeks değerleri hesaplanamamıştır.

Tablo 5 ve Şekil 4’de görüldüğü gibi, Nijerya ekonomisi, 33 ve 34 kodlu sektörlerde verisi mevcut olan yılların genelinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. 32 kodlu sektörde, verisi mevcut olan 2011 ve 2013 yıllarında net ihracatçı konumdayken, 2003, 2007 ve 2012 yıllarında net ithalatçı konumdadır. 35 kodlu sektörde ise verisi mevcut olan 2016 ve 2017 yıllarında net ihracatçı ve 2011 ve 2014 yıllarında net ithalatçı konumdadır.



Şekil 4. Nijerya Enerji Sektörü TBI İndeks Değerleri Grafiği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

MINT Ülkeleri Enerji Sektörü Rekabet Gücü

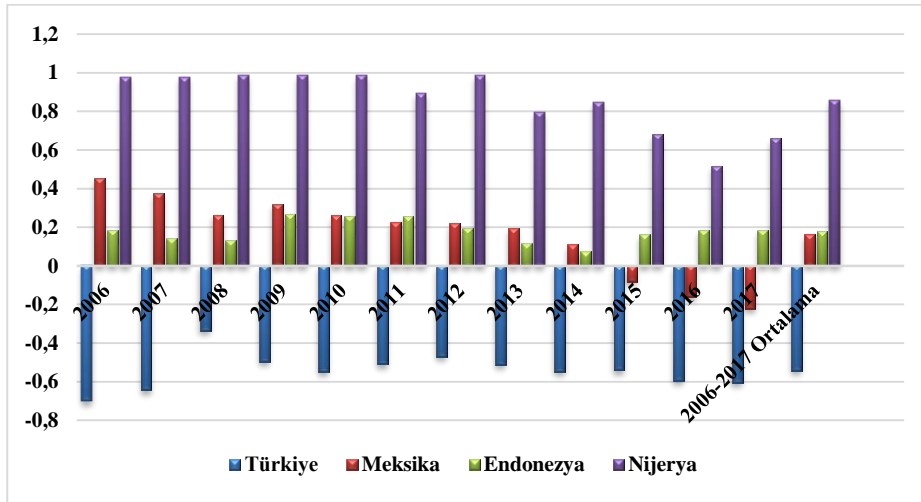
Genel Durumuna İlişkin Analiz Sonuçları

Tablo 6 ve Şekil 5’de MINT ülkelerinin enerji sektörü TBI indeks sonuçları, sektör alt dijitalerine ayrılmadan gösterilmiştir. Verilerin elde edilebilirliğine göre de 2006-2017 dönemi esas alınmıştır. Tablo 6 ve Şekil 5’de görüldüğü gibi, Türkiye ekonomisi yıllar itibariyle enerji sektöründe net ithalatçı konumdadır. Elde edilen sonuçlara göre enerji sektöründe rekabet gücü olmadığı söylenebilir. Meksika ekonomisi enerji sektöründe 2006-2014 döneminde net ihracatçı konumdayken, sektördeki rekabet gücünü son yıllarda yitirmiştir. Endonezya ve Nijerya ekonomisi ise yıllar itibariyle enerji sektöründe net ihracatçı konumda olup, Türkiye ve Meksika ile karşılaştırıldığında enerji sektöründeki rekabet gücü daha yüksektir.

Tablo 6. MINT Ülkeleri Enerji Sektörü (SITC REV.3, 3 Kodlu Sektör)
TBI İndeks Sonuçları (2006-2017 Dönemi)

Yıllar	Ülkeler			
	Türkiye	Meksika	Endonezya	Nijerya
2006	-0,7017	0,4550	0,1842	0,9776
2007	-0,6454	0,3742	0,1409	0,9775
2008	-0,3351	0,2644	0,1296	0,9882
2009	-0,4950	0,3194	0,2668	0,9853
2010	-0,5487	0,2615	0,2593	0,9847
2011	-0,5093	0,2281	0,2560	0,8930
2012	-0,4682	0,2203	0,1945	0,9860
2013	-0,5152	0,1935	0,1155	0,7965
2014	-0,5475	0,1117	0,0757	0,8499
2015	-0,5406	-0,0805	0,1612	0,6814
2016	-0,5946	-0,1611	0,1832	0,5185
2017	-0,6054	-0,2221	0,1835	0,6605
2006-2017 Ortalama	-0,5422	0,1637	0,1792	0,8583

Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır.



Şekil 5. MINT Ülkeleri Enerji Sektörü TBI İndeks Değerleri Grafiği

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sonuç

Bu çalışmada üretim için gerekli ve en önemli girdi kaynağı olan enerji sektörünün rekabet gücü MINT ülkeleri için TBI indeksi ile ölçülmüştür. Rekabet gücü SITC Rev.3 sınıflamasına göre 2000-2017 dönemi için iki dijital enerji sektörü alt sektörleri itibariye, 2006-2017 dönemi için de enerji sektörünün genelini oluşturan tek dijital veriler ile tespit edilmiştir.

2000-2017 dönemine ait analiz sonuçlarına göre, Türkiye ekonomisi 32, 33 ve 34 kodlu sektörlerde net ithalatçı konumdadır. 35 kodlu sektörde ise sadece 2004-2011 döneminde net ihracatçı konumdadır. Meksika ekonomisinin enerji sektörünün rekabet gücü ise Türkiye ile benzer ancak daha iyi durumdadır. Meksika 2000-2017 döneminde 32 ve 34 kodlu sektörlerde net ithalatçı konumdadır. 33 kodlu sektörde 2000-2015 döneminde net ihracatçı, 35 kodlu sektörde ise 2002-2016 döneminde net ihracatçı konumdadır. Endonezya 2000-2017 döneminde 32 ve 34 kodlu sektörde, Nijerya aynı dönemde 33 ve 34 kodlu sektörde net ihracatçı konumdadır.

2006-2017 dönemine ait analiz sonuçlarına göre, Türkiye yıllar itibariyle enerji sektöründe net ithalatçı konumdadır. Meksika 2006-2014 döneminde net ithalatçı konumdayken, enerji sektöründeki rekabet üstünlüğünü 2015 yılından itibaren kaybetmiştir. Endonezya ve Nijerya ise yıllar itibariyle net ihracatçı konumdadır. 2006-2017 döneminde enerji sektörü rekabet gücü sıralaması Nijerya, Endonezya, Meksika ve Türkiye şeklindedir. Enerji sektörü rekabet gücü açısından en zayıf ülke Türkiye'dir. Dolayısıyla Türkiye ekonomisi açısından enerji sektöründe rekabet gücünü artıracak etkin enerji politikası uygulamaları kaçınılmazdır.

Öncelikle Türkiye'nin, bazı demografik avantajları nedeniyle önümüzdeki 20 yıl için geleceğin ekonomileri olarak adlandırılan MINT ülkeleri arasındaki konumunu koruyabilmesi, özellikle enerji sektöründe rekabet gücünü artırabilecek politikaları zorunlu kılmaktadır. Türkiye ve diğer Gelişmekte Olan Ülkeler'de cari açıkların en önemli nedeni enerji ithalatıdır. Enerji ithalatını azaltacak ve enerji üretimini artıracak etkin politikalar ve sektöre yapılacak yatırımlar, ülkelerin sürdürülebilir ekonomik büyümesi açısından da önem arz etmektedir. Ancak bu şekilde sektördeki rekabet gücü tesis edilebilir ve artırabilir.

Türkiye ekonomisi hızla büyümeye devam eden ve enerji tüketimi de buna bağlı olarak hızla artan bir ülkedir. Türkiye'nin özellikle de birincil enerji kaynaklarında dışa bağımlılığı yüksektir. Bu nedenle de yüksek miktarda dış ticaret açığı ve cari işlemler açığı vermektedir. Küresel enerji fiyatlarındaki gelişmeler, ülkenin enerji fiyatlarını ve buna bağlı olarak da dış finansman ihtiyacını doğrudan etkilemektedir. Türkiye enerji politikalarının gündeminde güçlü ve güvenilir bir enerji alt yapısının oluşturulması, enerji sektöründe dışa bağımlılığın azaltılması ve optimum kaynak çeşitliliğini sağlamak için tüm alternatif enerji kaynaklarının değerlendirilmesi yer almaktadır.

Türkiye'nin uyguladığı enerji politikalarında, yenilenebilir enerji kaynaklarına yapılan yatırımların artırılması ve enerjide yerli kaynakların teşvik edilmesi yönünde düzenlemeler yer almaktadır. Hükümet tarafından yenilenebilir enerji kaynaklarından ve yerli kaynaklardan elektrik üreten santrallere verilen teşvikler artış göstermektedir. Bununla birlikte, Türkiye'deki mevcut enerji üretimi, toplam talebi karşılayamamakta ve ülkenin enerji ithalatı yapma zorunluluğu devam etmektedir.

Yenilenebilir enerji kaynaklarının, fosil yakıtlarla karşılaştırıldığında yurtiçi kaynaklara dayalı olması, kendini yenileyebilmesi, çevreye zarar vermemesi gibi avantajları vardır. Bu bağlamda bu enerji kaynaklarına yapılan ve yapılması gereken yatırımlara hükümet tarafından verilen teşviklerin artırılması gerekmektedir. Böylece enerji sektöründe dışa bağımlı olan Gelişmekte Olan Ülkeler'in enerji ithalatı ve dolayısıyla cari açıkları azalacak ve ülkelerin rekabet gücü artacaktır.

Kaynaklar

- Altay, B. ve Gürpınar, K. (2008). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, X(1), 257-274.
- Altay Topcu, B. ve Sümerli Sarıgül, S. (2015). Comparative Advantage and The Products Mapping of Exporting Sectors in Turkey. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(18), 330-348.
- Arastou, K. (2008). Kazakistan's Revealed Comparative Advantage vis-à-vis the EU-27. *ECIPE Working Paper*, No.03, 1-13.
- Ardıç, B. (2017). Türkiye'nin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüklerinin Belirlenmesi. *ECONDER International Academic Journal*, 1(1), 8-21.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123.
- Çakmak, A. (2005). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 5(1), 65-76.
- Dalum, B., Laursen, K. ve Villumsen, G. (1998). Structural Change in OECD Export Specialization Patterns: De-specialization and Stickiness. *International Review of Applied Economics*, 12 (3), 423-443.
- Erdoğan, S. ve Gürbüz, S. (2014). Türkiye'de Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Yapısal Kırılmalı Zaman Serisi Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 79-87.
- Ergün, S. (2005). Türkiye Enerji (Elektrik, Gaz, Su) Sektöründe Verimlilik Göstergeleri. *TMMOB Türkiye V. Enerji Sempozyumu*, 21-23 Aralık, Ankara.
- Erkan, B. ve Batbaylı, Ş. (2017). Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİ) Üyesi Ülkelerin Küresel Pazarlardaki Karşılaştırmalı Üstünlükleri. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5 (Özel Sayı), 31-49.
- Hayaloğlu, P. (2015). MINT Ülkelerinde Demokrasi Ekonomik Büyüme Nasıl Etkilemektedir?. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1), 17-29.
- Kuşat, N. (2018). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi Çerçevesinde AB Aday Ülkeleri Enerji Sektörü Rekabet Gücü Analizi (2006-2016). *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 3(1), 362-376.
- Lafay, G. (1992). The Measurement of Revealed Comparative Advantages. In: Dagenais, M.G. & Muet, P.A. (eds.), *International Trade Modelling*. London: Chapman & Hall.
- Rossato, F.G.F.S., Susaeta, A., Adams, D.C., Hidalgo, I.G, Araujo, T.D. ve Queiroz, A. (2018). Comparison of Revealed Comparative Advantage Indexes With Application to Trade Tendencies of Cellulose Production From Planted Forests in

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 28, Sayı 2, 2019, Sayfa 272-285

Brazil, Canada, China, Sweden, Finland and The United States. *Forest Policy and Economics*, 97, 59-66.

Startiene, G. ve Remeikiene, R. (2014). Evaluation of Revealed Comparative Advantage of Lithuanian Industry in Global Markets. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 428-438.

UN Comtrade, International Trade Statistics Database,

<https://comtrade.un.org/db/dqQuickQuery.aspx>, Erişim Tarihi: 05.01.2019.

Vollrath, T.L. (1991). A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127(2), 265-280.

Widodo, T. (2016). Comparative Advantage of Energy Products in the Midst of ASEAN Economic Integration. *MPRA*, Paper No. 79964, 1-17.

TÜKETİCİLERİN ABARTILI REFERANS FİYATA YÖNELİK ALGILARININ MARKALI KOT PANTOLON SATIN ALMA DAVRANIŞI AÇISINDAN İNCELENMESİ*

Serap ÇABUK¹
Ayşe ŞAHİN²
Kalender Özcan ATILGAN³

ÖZ

Bu çalışmada, markalı kot pantolon satın alan tüketicilerin üç farklı referans fiyat durumu için (referans fiyat olmayan, makul referans fiyatlı ve abartılı referans fiyatlı), referans fiyatlara yönelik inandırıcılık, işlem değeri, algılanan kalite ve satın alma istekliliği değişkenleri açısından farklılıklar incelenmiştir. Mersin il merkezinde kolayda örnekleme yöntemiyle 515 katılımcıdan anket verileri elde edilmiştir. Marka aşinalığının kovaryans olarak ele alındığı çok değişkenli kovaryans analizi (MANCOVA) ile üç farklı referans fiyat durumunu oluşturan gruplar arasındaki farklılıklar test edilmiştir. Çalışmanın sonunda, referans fiyatların inandırıcılığının algılanması ve satın alma istekliliği bağlamında farklılıkların olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Abartılı Referans Fiyat, Tüketici Algısı, Markalı Kot Pantolon

EXAMINATION OF EXAGGERATED REFERENCE PRICE PERCEPTIONS OF CONSUMERS ON BRANDED JEAN PRODUCT PURCHASING BEHAVIOR

ABSTRACT

In this study, it is aimed to examine the differences for three reference price conditions (no reference price, reasonable reference price and exaggerated reference price) in terms of the perception of believability of the external reference price, transaction value, perceived quality and willingness to buy of consumers' on branded jean products. Survey data were obtained from 515 participants in the city center of Mersin with convenience sampling method. The differences between the three reference price condition groups were tested with multivariate covariance analysis (MANCOVA), where brand familiarity was used as covariance. At the end of the study, it was found that there were differences by means of the believability of the external reference prices and the willingness to buy.

Keywords: Exaggerated Reference Price, Consumer Perception, Branded Jean Product

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, cabuks@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1677-8098

² Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, asahin@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7006-3072

³ Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Erdemli UTİYO, İşletme Bilgi Yönetimi Bölümü, atilgan@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1482-4505

*Bu çalışma, 22. Pazarlama Kongresinde genişletilmiş özet bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabında basılmıştır.

Received/Geliş:28/05/2019 Accepted/Kabul:30/09/2019, Research Article/Araştırma Makalesi
Cite as/Alıntı: Çabuk, S., Şahin, A. ve Atılğan, K. Ö. (2019), "Tüketicilerin Abartılı Referans Fiyata Yönelik Algılarının Markalı Kot Pantolon Satın Alma Davranışı Açısından İncelenmesi", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.286-293.

Giriş

İşletmeler, tüketicilerin satın alma davranışlarını etkilemek amacıyla, yoğun olarak zaman ve para harcamaktadırlar. Satın alma davranışlarını etkilemede kullanılan karşılaştırmalı fiyat reklamları ve referans fiyat uygulamaları, elde edilecek olan tasarruf miktarlarıyla ilgili olarak tüketicilere bilgi sağlamaktadır. Tüketiciler ürünlerle ilgili olarak kendilerine sunulan satış fiyatı ile referans fiyatını karşılaştırarak satın alma kararlarını vermektedirler. Bu anlamda, ürünlerin referans fiyatlarının etkili bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Özellikle, abartılı referans fiyat (*exaggerated reference price*) olarak adlandırılan ve ürünlerin kabul edilebilir fiyat aralığının üzerinde belirlendiği durumlara yönelik akademik çalışmaların gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Her ne kadar ürünlerin referans fiyatının satış fiyatından yüksek olması, tüketicinin yüksek miktarlarda tasarruf ettikleri ve dolayısıyla satın alma niyetini arttıracığı şeklinde yorumlansa da tüketicilerin uygulanan referans fiyatlara yönelik inandırıcılığına, işlem değerine, algılanan kaliteye ve satın alma istekliliğine yönelik etkilerin incelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, menşei Türkiye olan ve uluslararası satışlara sahip bir kot markasının, üç farklı referans fiyat durumu için (referans fiyat olmayan, makul referans fiyatlı ve abartılı referans fiyatlı), tüketicilerin referans fiyatları inandırıcı bulmaları, işlem değeri, algılanan kalite ve satın alma istekliliği değişkenleri açısından farklılıklar araştırılmıştır.

Literatür Taraması

Tüketicilerin zihinlerinde, geçmiş satın alma deneyimleri sonucu, ürünlerin fiyatlarına dair bilgiler oluşmakta ve tüketiciler sonraki satın alma kararlarını da bu bilgiler doğrultusunda vermektedirler (Winer, 1986). Bu anlamda, tüketicilerin bir mal veya hizmetin önerilen fiyatını karşılaştırmak için kullandıkları fiyat olarak tanımlanan referans fiyat, tüketicinin zihnindeki bir fiyat veya alternatif ürünlerin fiyatları da olabilmektedir (AMA, 2010). Referans fiyat, tüketicinin zihninde kişisel deneyim (en son ödenen fiyat, benzer ürünlerin fiyatlarının ortalaması gibi) ve yargılamalarla (adil veya normal fiyat gibi) içsel olarak oluşabileceği gibi, dışsal gözlemler (liste fiyatı, satıcının reklamı gibi) yoluyla da oluşabilmektedir (Lowengart, 2002; Atılgan, 2015). İşletmeler, yüksek bir referans fiyattan reklamı yapılan ürün için, nispeten daha düşük bir satış fiyatı sunarak (örneğin, önceki fiyatı 100 TL, şimdi 75 TL) tüketicilerin işlem değerini, değer algılarını ve nihai olarak satın alma niyetlerini arttırabilmektedirler (Grewal, Monroe ve Krishnan, 1998). İşletmelerin tüketicilere sundukları fiyat bilgisi hangi biçimde olursa olsun, karşılaştırmalı referans fiyatlar, önerilen fiyatın değerlendirmesinde referans olarak kullanılmaktadır (Bisawas ve Blair, 1991). Referans fiyat uygulamalarının dayandığı temel teoriler, Adaptasyon Düzeyi Teorisi (*Adaptation Level Theory*-Helson, 1964) ve Asimilasyon-Tezat Teorisi (*Assimilation-Contrast Theory*-Sherif ve Hovland, 1961) olarak bilinmektedir. Bu teorilere dayanarak, bir ürünün satış fiyatı olarak referans fiyatı (uyaran olarak) verildiğinde, tüketiciler içsel olarak mevcut buldukları fiyat standartlarına göre bu fiyatın kabul edilebilir veya makul bir fiyat olup olmadığına karar vermektedirler (Alford and Biswas, 2002).

Tüketiciler, reklamı yapılan bir ürünün uygun olmayan veya abartılı bir fiyattan satıldığı durumda bu fiyata şüpheyle yaklaşmakta ve algıladıkları inandırıcılık olumsuz yönde etkilenebilmektedir (Suter ve Burton, 1996). Urbany, Bearden ve Weillbaker

(1988)'e göre, "... tüketiciler, reklamı yapılan bir referans fiyatın inanılabilirliğine karar verirken, pazarda gözlemledikleri en yüksek fiyatı dikkate alırlar. Beklenen en yüksek fiyattan daha yüksek bir referans fiyat, akla daha az yatkındır". Reklamı yapılan referans fiyatlar veya sunulan yeni fiyatlar tüketiciler tarafından inandırıcı bulunursa, bu fiyatlar tüketicilerce kabul edilmekte ve tüketicilerin zihinlerinde mevcut bulunan referans fiyatlar da güncellenmektedir (Rajendran ve Tellis, 1994). Urbany, Bearden ve Weilbaker (1988), referans fiyat olmayan, makul referans fiyatlı ve abartılı referans fiyatlı olmak üzere üç durumu incelemişlerdir. Bu çalışmada da, işletmelerin referans fiyatlı reklam uygulamaları, Urbany, Bearden ve Weilbaker (1988) tarafından ele alınan üç duruma benzer şekilde incelenmiştir. Bu bağlamda, farklı referans fiyat uygulamalarında tüketicilerin algıladıkları inandırıcılığın değişebileceğine dair hipotez şöyle geliştirilmiştir:

H1: Tüketicilerin referans fiyatlara yönelik algıladıkları inandırıcılık, işletmenin referans fiyat uygulamasına göre farklılık göstermektedir.

Tüketiciler, referans fiyatın, beklenen fiyat aralığının dışında olduğunu düşündüklerinde, muhtemelen bu fiyatı reddetmektedirler (Urbany, Bearden ve Weilbaker, 1988). Çünkü çok büyük bir fiyat indirimi veya inanılmaz derecede yüksek bir referans fiyat uygulandığı durumda, tüketiciler sunulan teklifin iyi niyetli olmadığı şeklinde değerlendirmelerde bulunabilmektedirler. Bu durum tüketicinin zihninde satılan ürünün kalitesi hakkında şüphe uyandırabilmektedir (Della Bitta, Monroe, McGinnis, 1981; Monroe 1990). Bu açıdan bakıldığında:

H2: Tüketicilerin ürünlere yönelik kalite algıları, işletmenin referans fiyat uygulamasına göre farklılık göstermektedir.

Zihinsel Muhasebe Teorisi'ne (Mental Accounting Theory) göre, işlem faydası (transaction utility) bir ürünün mağazadaki nesnel satış fiyatı ile bir tüketicinin referans fiyatı arasındaki farktır (Thaler, 1985). Grewal, Monroe ve Krishnan (1998), reklamı yapılan referans fiyatın alıcıların satın alma algılamalarına etkilerini anlamak için işlem faydası kavramını, işlem değeri (transaction value) şeklinde uyarlayarak incelemişlerdir. Grewal vd. (1998)'ne göre, reklamı yapılan referans fiyatlarının kasıtlı olarak normal perakende satış fiyatlarının üzerinde artırıldığı durumda, tüketiciler, işlem değerini aldatici olarak algılamaktadırlar. Ayrıca, reklamı yapılan referans fiyatındaki bazı abartılar, fiyatın daha az inandırıcı olduğu şeklinde algılanacak ve böylece işlem değerini azaltacaktır (Compeau, Grewal ve Chandrashekar, 2002). Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H3: Tüketicilerin algıladıkları işlem değeri, işletmenin referans fiyat uygulamasına göre farklılık göstermektedir.

Abartılı referans fiyatın, tüketiciye sunulan değeri arttırdığı düşünülmekte ve tüketicilerin satın alma istekliliğinde artışa neden olabilmektedir (Compeau and Grewal 1998). Diğer yandan, tüketiciler satış tutundurma araçlarından (abartılı referans fiyat uygulamasında olduğu gibi) şüphelendiğinde, tüketicilerin satın alma niyetleri olumsuz yönde etkilenebilmektedir (de Pechpeyrou ve Odou, 2012). Buna göre;

H4: Tüketicilerin satın alma istekliliği, işletmenin referans fiyat uygulamasına göre farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin farklı düzeydeki referans fiyatlarla karşılaştıklarında, referans fiyatların inandırıcılıklarının algılanması, işlem değerleri, algıladıkları kalite ve satın alma istekliliklerinde farklılık olup olmadığını incelemektir. Zaman kısıtları ve araştırmanın yapısal özelliklerine uygun olması açısından, araştırmanın katılımcılarının belirlenmesinde, kolayda örnekleme yönteminin uygulanmasına karar verilmiştir. 2016 yılı Eylül ayı içerisinde Mersin il merkezinde gerçekleştirilen araştırmada, 522 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Verilerin analizinden önce, hatalı veya eksik doldurulmuş 7 anket araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Dolayısıyla 515 anket verisi üzerinde analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada uygulanan, referans fiyat olmayan, makul referans fiyatlı ve abartılı referans fiyatlı 3 durum için elde edilen örneklem büyüklükleri sırasıyla, 161, 189 ve 165'tir. Referans fiyatın değişkenler üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla çalışmada manipülasyon uygulanmıştır. Anket iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada, tüm katılımcılara markalı bir kot üreticisinin, bir pantolon modelinin fiyatı verilmeksizin reklamı gösterilmiştir. Daha sonrasında, katılımcılar reklamı yapılan markalı ürüne yönelik aşinalıklarını 1 ile 7 arasında değişen bir ölçekte puanlamışlardır (7 = çok tanıdık, 1 = hiç tanıdık değil). Bu çalışmada marka aşinalığı kovaryans değişkeni olarak belirlenmiştir. İkinci aşamada, katılımcıların her birine, 3 grup referans fiyatlı reklam durumundan (herhangi bir referans fiyat olmayan, makul referans fiyatlı, abartılı referans fiyatlı) biri rassal olarak sunulmuştur. Referans fiyat bulunmayan manipülasyonda gerçek satış fiyatı olarak sadece 119,99 TL verilmiştir. Makul referans fiyat koşulunda, satış fiyatından %50 daha yüksek olarak 149,99 TL ve nihai fiyatının 119,99 TL olduğu belirtilmiştir. Son olarak abartılı referans fiyatın belirlenmesinde, Wolk ve Spann'ın (2008) uyguladığı yöntem uygulanarak kotun satış fiyatının iki katının (239,98 TL) referans fiyat olduğu ve nihai fiyatının 119,99 TL olduğu belirtilmiştir. Araştırmadaki üç durumu karşılaştırmak amacıyla MANCOVA kullanılmıştır. Katılımcıların, referans fiyatı verilmiş kot reklamını görmelerinden sonra, referans fiyatların inandırıcılığının algılanması, işlem değeri, algılanan kalite ve satın alma istekliliğine ilişkin ifadeleri içeren anket formunu doldurmaları istenmiştir. Araştırmada referans fiyatların inandırıcılığına dair tüketici algısını ölçmek için Wolk ve Spann (2008), işlem değerini ölçmek için Grewal, Monroe ve Krishnan (1998), algılanan kaliteyi ölçmek için Dodds, Monroe ve Grewal (1991) ve satın alma istekliliğini ölçmek için Grewal, Monroe ve Krishnan (1998) tarafından kullanılan ölçekler kullanılmıştır. Ayrıca marka aşinalığı için Biswas ve Blair (1991) tarafından kullanılan ölçekten yararlanılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özellikleri Tablo 1'de verilmektedir. Katılımcıların %54.2'sinin erkek, çoğunluğunun (%80.8) 39 yaşının altında olduğu görülmektedir. Lise ve üzeri eğitim düzeyine sahip olanların, katılımcılar içerisindeki payı (% 83.9) yüksek olup, 3000 TL ve altında gelire sahip olan katılımcıların oranı % 69.7 olarak belirlenmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Yaş	Frekans	%	Cinsiyet	Frekans	%
20'den küçük	105	20,4	Erkek	279	54,2
20-29	219	42,5	Kadın	236	45,8
30-39	92	17,9	Toplam	515	100,0
40-49	55	10,7			
50-59	30	5,8			
60 ve üzeri	14	2,7			
Toplam	515	100,0			
Eğitim Durumu	Frekans	%	Gelir	Frekans	%
İlkokul	32	6,2	1000 TL'den az	75	14,6
Ortaokul	51	9,9	1001-2000 TL	152	29,5
Lise	226	43,9	2001-3000 TL	132	25,6
Üniversite	195	37,9	3001-4000 TL	97	18,8
Lisansüstü	11	2,1	4001 TL ve üzeri	59	11,5
Toplam	515	100,0	Toplam	515	100,0

Öncelikle araştırmada ele alınan 4 ölçeğin yapı geçerliliğini ölçmek amacıyla; Faktör analizi (Varimax döndürme metodu ve temel bileşenler analizi) uygulanmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2007). Tablo 2'de verilen Faktör analizi sonuçlarına göre, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu (KMO değeri= 0,902; p= 0,000) ve ortaya çıkan 4 boyuttaki ifadeler için faktör yüklerinin 0,65'in üzerinde olduğu belirlenmiştir. Araştırmada incelenen ölçeklerin güvenilirlik analizi için iç tutarlılık göstergesi olan Cronbach Alfa değerleri hesaplanmıştır. Tablo 2'de görüldüğü gibi, araştırmada incelenen ölçeklerin alfa değerlerinin tümünün, ölçek güvenilirliğinin sağlandığına dair kabul edilebilir değer olan 0,70'nin (Nunnaly, 1978) üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Bağımlı Değişkenlere Ait Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Faktör Yükleri				Cronbach's Alpha
	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	
İnanırcılık					,803
I1	,818				
I2	,771				
I3	,702				
I4	,684				
İşlem Değeri					0,873
ID1		,658			
ID2		,889			
ID3		,868			
Algılanan Kalite					,920
AK1			,795		
AK2			,873		
AK3			,876		
AK4			,807		
AK5			,782		
Satın Alma İstekliliği					,942

SAI1				.829
SAI2				.842
SAI3				.866
Öz değer (Eigen value)	7.128	1.892	1.148	1.045
Açıklanan Varyans	50.911	13.513	8.202	7.462

Marka aşinalığı kovaryans değişken olarak belirlenerek 3 grup için gerçekleştirilen MANCOVA sonuçlarına göre, sadece abartılı referans fiyatın uygulandığı ve referans fiyatın olmadığı iki grup arasında, referans fiyatların inandırıcılığının algılanması ($p=0,019<0,05$) ve satın alma istekliliği ($p=0,009<0,05$) bağlamında farklılıkların olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca tüketiciler, herhangi bir referans fiyatın bulunmadığı durumda, abartılı referans fiyat uygulanan duruma kıyasla, referans fiyata yönelik inandırıcılıklarının ve satın alma istekliliklerinin daha yüksek olduğu Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Üç Farklı Referans Fiyat Durumu için Araştırma Değişkenleri Arasındaki Farklılıkların Analiz Sonuçları (MANCOVA)

Üç Farklı Referans Fiyat Durumu						
Değişken	Referans fiyat yok (n=161)		Makul referans fiyatlı (n=189)		Abartılı referans fiyatlı (n= 165)	
	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma
İnandırıcılık	4,32*	1,48	4,21	1,59	4,09*	1,47
İşlem Değeri	3,99	1,92	3,87	1,83	3,84	1,91
Algılanan Kalite	5,24	1,44	4,96	1,58	5,31	1,61
Satın Alma İstekliliği	3,92**	1,83	3,66	1,83	3,59**	1,84

* $p<0,05$ ** $p<0,05$

Diğer yandan, makul referans fiyatlı durum ile herhangi bir referans fiyatın bulunmadığı durum ve makul referans fiyatlı durum ile abartılı referans fiyat uygulanan durum arasında araştırma değişkenleri bağlamında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Dolayısıyla, bu çalışmanın H1 ve H4 hipotezleri desteklenmiş olup H2 ve H3 hipotezleri desteklenmemiştir ($p>0,05$).

Sonuç

İşletmelerin referans fiyat uygulamalarının tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi üzerinde tartışmalar da devam etmektedir. Referans fiyat uygulaması ile ilgili olan tartışmalar, özellikle, perakencilerin reklamını yaptıkları ürünlerin referans fiyatlarını bilinçli olarak şişirdikleri ve tüketicilerin bu fiyatları gerçek bir indirim bilgisi olarak değerlendirmedikleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Hatta tüketiciler referans fiyatların, perakenciler tarafından bilinçli olarak manipülasyon amaçlı kullanılabildiğini belirtmektedirler. Tüketiciler, kendilerine referans fiyat uygulamaları

ile sunulan ürünlerin değerlerinin bu fiyat uygulamaları ile abartıldığını düşünmekte ve bu uygulamalara şüpheyle bakmaktadırlar. Oysaki işletmeler referans fiyat uygulamalarıyla, tüketicilerin işlem değerini, değer algılarını ve satın alma niyetlerini arttırabileceklerini düşünmektedirler. Geçmişte yapılan araştırmalar, dışsal referans fiyatların makul veya kabul edilebilir düzeyde olup olmamalarını, teklif edilen fiyatlara (sunulan fiyatlar) olan yakınlıklarına ve tüketicilerin fiyat tahminlerine bağlı olarak sınıflandırmışlardır.

Bu araştırmanın sonuçlarında görüldüğü ve literatürde de belirtildiği gibi, tüketiciler, çok yüksek fiyat indirimleri (abartılı referans fiyat) uygulayan işletmelerin bu uygulamalarının iyi niyetli olmadığı yönünde değerlendirmelerde bulunmaktadırlar. Araştırmanın sonuçları, abartılı referans fiyat uygulamalarının, tüketicilerin satın alma istekliliğini olumsuz yönde etkileyebileceği görüşünü de desteklemektedir. Sonuç olarak, işletmelerin referans fiyat uygulamalarını, kabul edilebilir bir fiyat aralığında gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu sonuç, Asimilasyon-Tezat Teorisi ve Adaptasyon Düzeyi Teorisiyle de desteklenebilmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda; örneğin, kolayda-özelliikli-beğenmeli veya faydacı-hedonik şeklinde ürün grupları oluşturularak referans fiyat uygulamaları bağlamında farklılıklar olup olmadığı da incelenebilir.

Kaynaklar

- Alford, B. L. ve Biswas, A. (2002). The effects of discount level, price consciousness and sale proneness on consumers' price perception and behavioral intention. *Journal of Business Research*, 55(9), 775-783.
- American Marketing Association-Marketing Power, (AMA) (2010). Dictionary, Erişim Tarihi: 22 Aralık 2010, <http://www.marketingpower.com/layouts/Dictionary.aspx?dLetter=R>.
- Atılgan, K. Ö. (2015). *Pazarlamada fiyat davranışsal bir yaklaşım*, Akademisyen Kitabevi.
- Biswas, A. ve Blair, E. A. (1991). Contextual effects of reference prices in retail advertisements, *Journal of Marketing*, 55(3), 1-12.
- Compeau, L. D. ve Grewal, D. (1998). Comparative price advertising: an integrative review. *Journal of Public Policy & Marketing*, 17(2), 257-273.
- Compeau, L. D., Grewal, D. ve Chandrashekar, R. (2002). Comparative price advertising: Believe it or not, *Journal of Consumer Affairs*, 36(2), 284-294.
- Della B. A. J., Monroe, K. B. ve McGinnis, J. M. (1981). Consumer perceptions of comparative price advertisements. *Journal of Marketing Research*, 416-427.
- De Pechpeyrou, P., & Odou, P. (2012). Consumer skepticism and promotion effectiveness. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 27(2), 45-69.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B. ve Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations, *Journal of Marketing Research*, 28(3) (Aug., 1991), pp. 307-319.
- Grewal, D., Monroe, K. B. ve Krishnan, R. (1998). The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions, *Journal of Marketing*, 62(2), 46-59.
- Helson, H. (1964). *Adaptation-level theory*. New York: Harper & Row Publishers, Inc.
- Lowengart, O. (2002). Reference price conceptualisations: An integrative framework of analysis. *Journal of Marketing Management*, 18(1-2), 145-171.

- Monroe, K. B. (1990). (1990). *Pricing: making profitable decisions*, 2d ed. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*, USA: Mcgraw-Hill.
- Park, C. W. ve Lessig, V. P. (1981). Familiarity and its impact on consumer decision biases and heuristics. *Journal of Consumer Research*, 8(2), 223-230.
- Rajendran, K. N. ve Tellis, G. J. (1994). Contextual and temporal components of reference price. *The Journal of Marketing*, 22-34.
- Sherif, M. ve Hovland, C. I. (1961). *Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*. Oxford, England: Yale University Press.
- Suter, T. A. ve Burton, S. (1996). Believability and consumer perceptions of implausible reference prices in retail advertisements. *Psychology & Marketing*, 13(1), 37-54.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Allyn & Bacon/Pearson Education.
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4, 199-214.
- Urbany, J. E., Bearden, W. O. ve Weilbaker, D. C. (1988). The effect of plausible and exaggerated reference prices on consumer perceptions and price search. *Journal of Consumer Research*, 15(1), 95-110.
- Winer, R. S. (1986). A reference price model of brand choice for frequently purchased products. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 250-256.
- Wolk, A. ve Spann, M. (2008). The effects of reference prices on bidding behavior in interactive pricing mechanisms, *Journal of Interactive Marketing*, 22(4), pp. 2-18.

TÜRKİYE VE KKTC'DE İÇ MİMARLIK EĞİTİMİNDE KORUMA BİLİNCİ ÜZERİNE GÜNCEL BİR ARAŞTIRMA*

Bilge YILDIRIM GÖNÜL¹
Sertap BALCI YAŞAR²

ÖZ

Sahip olduğumuz kültürel varlıklarla oldukça zengin bir potansiyele sahip ülkemizde kültürel mirası koruma sorunsalı üzerinde her zaman düşünmeye ve yeni fikirler geliştirmeye ihtiyaç vardır. Yanlış uygulamalarla kaybolan değerleri geri getirmek olası değildir. Bu yanlışların ortadan kaldırılarak kültürel mirasın geleceğe doğru aktarılması konusunda önemli bir role sahip olan eğitimin, ilgili alanlar kapsamında dikkatle sorgulanması ve geliştirilmesi gerekir. Pek çok disiplinin ilgi alanına giren Koruma olgusu ile İç Mimarlık arasındaki ilişki, kültürel mirasın mimari ölçekteki mekansal boyutu üzerinden değerlendirilir. Mesleki yeterlilikler açısından eğitim önemli sorumluluklar üstlenir. Disiplinler arası ilişkiler doğrultusunda, İç Mimarlığın yanı sıra Koruma disiplininin de gelişimine katkı sağlamayı hedefleyen bu çalışmanın konusu eğitimi irdelemeye yöneliktir. Çalışmada konuya açıklık getiren giriş bölümünün ardından, İç Mimarlık ve Koruma disiplinleri arasındaki ilişki açıklanmış, daha sonra Türkiye ve KKTC'de bulunan üniversitelerdeki programlarda yer alan dersler incelenerek, İç Mimarlık eğitiminin Koruma kapsamındaki yeterliliği araştırılmıştır. Sonuç olarak, eleştiri ve önerilerin yer aldığı çalışma göstermiştir ki; İç Mimarlık eğitiminde lisans düzeyinde oluşturulması gereken koruma bilincinin, lisansüstü düzeyde geliştirilmesi, mimari mirasın donanımlı uzmanlar tarafından korunması açısından gereklidir.

Anahtar Kelimeler: İç Mimarlık, İç Mekan, Koruma, Eğitim, Mimari Miras, Kültürel Miras

A CURRENT RESEARCH ON CONSERVATION AWARENESS IN INTERIOR ARCHITECTURE EDUCATION IN TURKEY AND TURKISH REPUBLIC OF NORTHERN CYPRUS

ABSTRACT

In our country, which has a very rich potential with the cultural assets we have, there is always a need to think and develop new ideas on the problem of conserving the architectural heritage. It is not possible to restore values which lost because of incorrect practice. Education, which has an important role in transferring the architectural heritage to the future by eliminating these errors, needs to be carefully investigated and developed within the scope of related fields. The relationship between Conservation, which is of interest to many disciplines, and Interior Architecture, is evaluated on the spatial dimension of cultural heritage in architectural scale. In terms of professional qualifications,

¹Dr. Öğretim Üyesi, Beykent Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, bilgeyildirimgonul@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6286-1760

² Arş. Gör. İstanbul Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, balciyasar@itu.edu.tr , ORCID: 0000-0001-8445-2933

*Bu çalışmada, 20 Ocak 2017 tarihinde Bahçeşehir Üniversitesinde gerçekleştirilen 9. İç Mimarlık Bölüm Başkanları Toplantısında Bilge Yıldırım Gönül'ün "Tarihi Yapı-İç Mekan İlişkisi Üzerinden İç Mimarlık Bölümleri Derslerinin İrdelenmesi" başlıklı sözlü sunumundaki bazı bilgilerden yararlanılmıştır. Herhangi yazılı bir yayında değerlendirilmemiş olan lisans eğitimine yönelik bu bilgiler güncellenerek kapsamın genişletildiği bu çalışmada konu lisansüstü eğitim düzeyinde de incelenerek İç Mimarlık eğitimine ilişkin kapsamlı bir araştırmaya dönüştürülmüştür. Received/Geliş:08/07/2019 Accepted/Kabul:10/09/2019, Conceptual Article/Derleme

Cite as/Alıntı: Yıldırım Gönül, B. ve Balcı Yaşar, S. (2019), "Türkiye ve KKTC'de İç Mimarlık Eğitiminde Koruma Bilinci Üzerine Güncel Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.294-311.

education takes on important responsibilities. In line with interdisciplinary relationships, the subject of this study, which aims to contribute to the development of the discipline of Conservation as well as Interior Architecture, is to examine education. After the introduction, which clarifies the subject, the relationship between Interior Architecture and Conservation disciplines is explained, after that the courses in the program at universities in Turkey and Turkish Republic of Northern Cyprus are analyzed, the competence of Interior Architecture education within the scope of Conservation was investigated. As a result, the study including criticism and suggestions showed that; It is necessary to develop the awareness of conservation which should be established at undergraduate level in graduate education to protection of architectural heritage by qualified experts.

Keywords: Interior Architecture, Interior Space, Conservation, Education, Architectural Heritage, Cultural Heritage.

Giriş

İnsanlığın en temel ihtiyacı olan barınma, beraberinde mekan oluşumunu da gerektirmiştir. Mekan kavramı oldukça eskilere dayansa da, bu kavrama odaklanan İç Mimarlığın ayrı bir mesleki disiplin olarak gelişimi çok sonraları ortaya çıkmıştır. Türkiye’de İç Mimarlık eğitiminin tarihsel süreçteki varlığı ilk olarak, 1883 yılında eğitime başlayan Sanayi-i Nefise Mekteb-i Âlisi tarafından (Bugünkü adıyla Mimar Sinan Üniversitesi) 1923 yılında kurulan Tezyinat (Süsleme) bölümü ile ilişkilendirilebilir. Günümüzdeki İç Mimarlık disiplininden çok farklı bir yaklaşımla ortaya çıkmış olan eğitim anlayışı zaman içindeki mekansal gelişmelerle mesleğin alt yapısını oluşturmuştur. Uzun yıllar süsleme ve dekorasyon terimleri ile eşleştirilen İç Mimarlık, 1976 yılında meslek odasının kurulmasıyla bu terimlerden ayrılarak bağımsız bir ifadeye sahip olmuştur. Bununla birlikte, Akademi profesörlerinden Sadun Ersin’in, dekoratörlüğün mesleki bir unvan olmadığı yönündeki ifadesine yer veren Gürel, buna karşın İç Mimarlığın; tasarım, yapı sistemleri, donatı, dokümantasyon ve malzeme gibi konularda eğitim alınarak donanım kazanılan bir meslek olarak tanımlandığına dikkat çekmektedir (Gürel, 2014, s.22-23).

Mesleki yeterliliğin elde edildiği lisans eğitiminin yanı sıra İç Mimarlık alanında lisansüstü düzeyde eğitim başlangıç olarak 1980’li yılların başına tarihlenmektedir. Bu tarih, aynı zamanda yürürlüğe giren 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu ile lisansüstü eğitimin işleyişi konusunda üniversitelere bağlı enstitülerin yetkilendirilmesine dikkat çekmektedir. Yüksek lisans düzeyinde başlayan lisansüstü eğitim zaman içinde doktora/sanatta yeterlik düzeyinde gelişimini sürdürmüştür. İç Mimarlık lisansüstü eğitiminin farklı üniversitelerde Fen Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü veya Güzel Sanatlar Enstitüsü bünyesinde yürütülmesi, İç Mimarlık mesleğinin hem bilimi hem de sanatı içinde barındıran bir uzmanlık alanı olduğunu göstermektedir.

Gerek lisans gerekse lisansüstü eğitim düzeyinde artan oranda ilgi gören İç Mimarlık ilkeli bir disiplindir. Mesleğin sahip olduğu geniş iş olanaklarının bunda payı çoktur. Resmî ve özel kurumlarda, gerek tasarım aşamasında bürolarda gerekse üretim ve imalat aşamasında atölyelerde, fabrikalarda ve şantiyelerdeki iş imkanları mesleği cazip kılan unsurlar olmuştur. Eğitimdeki varoluş sürecinde İç Mimarlık, önceleri toplumun kültürel ve estetik değerlerini, becerilerini geliştirmeye yönelik bir amaç edinse de bir süre sonra bunun yeterli olmadığı anlaşılınca zamanla zenginleşen programlar sayesinde kendini geliştirme imkanı bulmuştur. Bu gelişim esnasında, İç Mimarlık eğitiminde disiplinler arası ilişkilerin kurulduğu da görülmektedir. Buna göre, eğitim programlarında yer alan bilgisayar teknolojileri, yapı teknolojisi, kültür ve sanat gibi konulardaki derslerle daha donanımlı yetiştirilmesi amaçlanan iç mimar adayları için daha geniş alanlarda çalışma olanakları yaratılması hedeflenmiştir. Korumaya yönelik uygulamalar da bunlardan biridir. Mimarlık, İnşaat Mühendisliği,

Şehircilik, Sanat Tarihi, Arkeoloji gibi mesleklerin ilişkili olduğu bir uzmanlık alanı olarak Koruma disiplini, bir yandan da İç Mimarlığın ilgi alanına girmektedir.

Disiplinler arası yaklaşımlar disiplinler gelişmelerin destekleyicisidir (Gönül, 2015). Disiplinler arası ilişkiler barındıran her çalışma disiplinlerin ayrı ayrı kendi alanlarına önemli katkılar sağlar. Aynı zamanda ortak alanlarda her disiplinin kendi anlayışı doğrultusunda diğer disiplinlerle oluşturduğu iş birliğiyle toplumsal hizmet ağında gelişim yaşanır. Bu yüzden İç Mimarlık ve Koruma disiplinleri arasındaki ilişki önemle sorgulanması ve geliştirilmesi gereken bir konudur.

Çalışmada Gerekeç, Amaç ve Hedef

Koruma çok yönlü düşünmeyi gerektirir. Eğitim ve finansman sorunlarının çözümünü korumanın vazgeçilmez temel öğeleri olarak açıklayan Tapan, “Yasalar ancak, ‘Nasıl koruyabiliriz’e yardımcı olabilirler. ‘Neden ve niçin’in cevapları ancak eğitimle verilebilir” demekle koruma sorunsalına eğitim üzerinden açılım sağlamaktadır (Tapan, 2014, s.45-46). Koruma kavramının sorgulanması gerektiğini savunan bu görüş, aynı zamanda bunun eğitimle mümkün olabileceğini vurgulamaktadır.

Koruma sorumluluğu gereği eğitimden beklentileri karşılayacak her türlü faydalı girişim sadece ülke sınırlarında değil uluslararası ölçekte de desteklenmektedir. Nitekim; dünya ülkelerinin koruma üzerine ortaklaşa sergiledikleri bu yaklaşıma sahip uluslararası kurumlar ve belgeler bunun belirgin göstergeleridir (Madran ve Tağmat, 2007).

Bu nedenlerle Koruma sorunsalına eğitim üzerinden çözüm aramak doğrudur ve gereklidir. İç Mimarlığın korumadaki rolüne ve önemine dikkat çeken bu çalışmanın amacı, İç Mimarlık eğitiminin koruma kapsamındaki yeterliliğini araştırmaktır. Disiplinlerarası etkileşimlere bağlı olarak bu çalışma ile İç Mimarlığın yanı sıra Koruma disiplininin gelişimine de katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Çalışmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmada öncelikli olarak İç Mimarlık ve Koruma disiplinleri arasındaki ilişki açığa çıkarılarak ardından, Koruma açısından Türkiye ve KKTC’deki üniversitelerin İç Mimarlık eğitimi incelenmektedir. Bu incelemeler üniversitelerin internet üzerinden yayınladıkları müfredat bilgileri esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bu bölümünde bütünlük bir düzen içinde İç Mimarlık eğitimi ve Koruma, iki aşamada ve iki eksenle sorgulanmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. İç Mimarlık Eğitimi ve Koruma İlişkisi

Bu çalışmalar;

- Koruma bilincinin oluşumunda İç Mimarlık lisans eğitiminin yeterliliği,
- Koruma bilincinin gelişiminde ise lisansüstü eğitimin yeterliliğini ortaya çıkarmaya yöneliktir.

İç Mimarlık gerek lisans, gerekse yüksek lisans eğitimlerinin koruma kapsamındaki yeterliliği incelenirken üniversitelerin müfredatlarında yer alan derslerin seçiminde anahtar kelimeler aracılığıyla isim ve içeriklerin koruma disiplini ile uyumu etkili olmuştur. Eğitimin her iki aşamasında da Ne kadar? sorusunun cevabı olarak, niceliğe bağlı değerler Korumanın İç Mimarlık eğitimindeki ağırlığına işaret etmektedir. İç Mimarlıkta Koruma eğitiminin yöntemi açığa çıkarılırken ise Nasıl? ve Niçin? sorularına cevap olarak, derslerin içeriği ve elde edilen kazanımlar her iki aşamada da etkili olurken, lisans eğitiminde sorumluluk kriterleri (Zorunlu/Seçmeli) ve işleniş biçimlerine (Teorik/Uygulama) yönelik değerler de araştırmaya niteliksel açıdan katkı sağlamıştır. Eğitimin yapısı gereği lisansüstü düzeyde dersler zorunlu/seçmeli ya da teorik/uygulama olarak belirgin nitelikte ayrıışan kategorik değerler içermediğinden bu noktada araştırma yöntemi lisans eğitiminden ayrıışmaktadır.

İç Mimarlık ve Koruma

Koruma yaklaşımlarının bilimsel arenada dikkat çekmeye başladığı 19. yüzyılda, sürekli olarak bakım ve onarımlarının sağlanması için yapıların işlevsel değere sahip olmaları bir gerekliliktir. Günümüzde de işlev, tarihi yapıların korunması için önemli bir araçtır. Bir yapının boş bir kaplumbağa kabuğu değil de gerçekten yapı olabilmesi için gerekli olan tek koşulun içinde yaşamın sürmesi olduğunu ifade eden Bektaş, korunacak yapıların onarımı için çağdaş yaşama kavuşturulmalarını ilk koşul olarak nitelendirmektedir (Bektaş, 1992, s.140). İşlevsel değer ölçütü, günümüz koruma yaklaşımlarında yeniden işlevlendirme kavramı ile şekillenerek mimari mirasların sürdürülebilir nitelikte korunmasına yönelik bir anlayış geliştirmiştir. Konu ile ilgili olarak, Ahunbay'ın aktarımıyla Piero Gazzola şunları söylemektedir (Ahunbay, 2016, s.8):

“Bir mimari anıt artık yapıldığı amaca hizmet edemiyorsa, korunması pratik bir gereklilik olmaktan çıkar, kültürel bir görev haline gelir. Bu konuya verilen önem gelecek kuşakların kültürel olgunluğuna ve kültür miraslarını koruma konusunda duyacakları ivediliğe dayanacaktır.”

Gazzola'nın bahsettiği gibi, toplumun kültürel olgunluk düzeyinin gelişiminde eğitimin rolü büyüktür. Mimari mirası koruma duyarlılığı sadece toplumun değil, ilgili alanda mesleki yetkiye sahip disiplinlerin de sorumluluğundadır. Koruma çok yönlü bir disiplin olup, sürdürülebilir nitelikte bir yaklaşım gerektirdiğinden yapı var olduğu sürece iç mimarın görevi sürmektedir.

Ülkemizde restorasyonu tamamlanan tarihi bir yapının yeniden kullanımında işlev-mekan ilişkisinin nasıl kurulacağı, yeni işlevin gerektirdiği iç mekandaki değişikliklerin neler olacağı, onarım sonrasında yapının iç mekan tasarımının koruma anlayışı ile uyumunun nasıl sağlanacağı, tarihi yapının varlığını bütüncül bir yaklaşımla mı sürdürdüğü... gibi soruların cevapları iç mimarların sunduğu çözümlerle ortaya çıkacaktır. “İç Mimarlık, mevcut binaları yenileme girişimleriyle, mevcut boşluklara ve yapılara yönelik yaklaşımların yeniden oluşturulmasıyla, binaların yeniden kullanımıyla ve organizasyonel ilkelerle ilgilenir.”

(Brooker ve Stone, 2010, s.12). Mevcut yapıların korunması sırasında yapının değerinin ve durumunun doğru şekilde analiz edilmesi ve buna uygun çözüm üretilebilmesi için iç mimar kaçınılmaz bir tasarımcıdır (Brooker ve Stone, 2010, s.32). Bunun için, iç mimar adaylarının gerek lisans düzeyinde temel eğitim gerekse lisansüstü düzeyde uzmanlık eğitimi esnasında koruma olgusuna karşı mesleki yeterliliklerini geliştirmeye ihtiyaçları vardır.

Bütüncül ve sürdürülebilir bir koruma anlayışının gereği olarak, kullanımı devam eden mimari miraslar iç mekanları korunarak varlık göstermelidir. Oysa, bu yapıların korunmasında dış görünüşleri ile kurallara uyulup uyulmadığı konusunda ortaya çıkan tartışmalar öncelikli olarak gündem oluşturmaktadır. Tarihi yapının restorasyon sonrası iç mekan kullanımında da sürdürülmesi gereken korumaya yönelik hassasiyet çoğu zaman kaybolmaktadır.

Örneğin; Süheyl Bey Cami ve Ocaklı Ada Kalesi dış görünüşleriyle kamuoyunun yoğun eleştirilerine maruz kalan tarihi yapılar olarak uzun süre gündemde kalmışlardır (Şekil 2 ve Şekil 3). Bir diğer yandan, Balıklı Han ve Zülüflü İsmail Paşa Köşkü de restorasyon sonrası tarihi yapının iç mekan açısından korunmasına yönelik toplumsal farkındalığın oluşmadığı örnekler olarak gösterilebilir. Balıklı Han'ın otele dönüştürülmesiyle yapının avlusundaki süs havuzunun yeni kullanım esnasında yerinden kaldırılarak iç mekanın yenilenen tasarım anlayışı içinde yer almayışı bir uzman görüşüyle dikkat çekicidir (Şekil 4). Zülüflü İsmail Paşa Köşkü'nün dış hastanesi ve dersane olarak kullanımları esnasında da iç mekanda yapının özgün mekansal kurgusu ile uyuşmayan müdahaleler gerçekleştirilmiştir (Şekil 5).



Şekil 2. Süheyl Bey Cami Restorasyon Öncesi ve Sonrası

(<https://cuneytayk.tumblr.com/tagged/restorasyon-mimar%C4%B1k-architecture-turkiye-turkey-istanbul-tarihiyar%C4%B1mada-karakoy>, Erişim Tarihi: 16 Mart 2019)



Şekil 3. Ocaklı Ada Kalesi Restorasyon Öncesi ve Sonrası

(<http://arkeofili.com/sile-kalesi-restorasyon-danismani-elestirilere-cevap-verdi/>, Erişim Tarihi: 16 Mart 2019)

Restorasyon esnasında veya sonrasında, iç mekanda gerçekleştirilen uygulamalar tarihi yapılarda değer kayıplarına yol açabilmektedir. Dışarıdan bakıldığında algılanan tarihi değer ölçütünün iç mekanda yitirilmiş olması, yapıda ikilem ve bilgi kirliliği oluşturarak mimari mirasın bir bütün olarak korunmadığı anlamını taşıyacaktır. Çağdaş restorasyon kuramının savunucusu olan İtalyan asıllı Camillo Boito kitabında şu ifadeye yer vermektedir (Boito, 2018, s.9): “İnsanın çağdaşlarını aldatması utanç verici bir şeydir, ama gelecek kuşakları aldatması daha da utanç vericidir.” Çinlilere ait olan bu söz, mimari mirasların korunması konusunda eğitim almış uzmanlara ne derece ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 4. Balıklı Han Restorasyon Öncesi ve Sonrası

(Sol: İstanbul II Numaralı Kültür Varlıklarını Koruma Belge Kurulu Arşivi; Sağ: https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g293974-d7258620-Reviews-10_Karakoy_Istanbul-Istanbul.html#photos;aggregationId=&albumid=101&filter=7&ff=117253140, Erişim Tarihi: 25 Mart 2019)



Şekil 5. Zülüflü İsmail Paşa Köşkü Restorasyon Sonrası Dershane (sol) ve Diş Hastanesi (sağ) Kullanımları (Nazlıcan Toprakçı Arşivi, 2016)

Ahunbay'ın da belirttiği gibi, geçmişte yapıların onarım amacı; biçimsel bütünlüğü koruyarak gerekirse yeni eklerle onları ayakta tutmaya yöneliktir (Ahunbay, 2016, s.8). Günümüzdeki bilimsel yaklaşımlar mimari mirasın korunmasına yönelik yeni farkındalıklar ortaya koymaktadır. Buna göre kabul görmüş bir yaklaşım olarak, mimari mirasın sürdürülebilir bir anlayışla korunması kapsamında İç Mimarlık sorumluluk sahibi bir disiplindir. Tarihi yapı hayat bulduğu sürece mimari mirasın doğru ilkelerle korunması ve yaşatılması için her zaman iç mimara ihtiyaç duyulacaktır. Bu bağlamda, İç Mimarlık eğitiminin lisans düzeyindeki derslerle elde edilmesi gereken kazanımlarından biri olan koruma bilinci, lisansüstü eğitim düzeyindeki çalışmalarla geliştirilmelidir.

Koruma Bilincinin Oluşumunda İç Mimarlık Lisans Eğitiminin Yeterliliği

Çalışmanın bu aşamasında, Türkiye'de ve KKTC'de İç Mimarlık ile İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı üzerine eğitim veren 65 üniversitenin lisans programlarındaki dersler incelenerek koruma bilincinin oluşumunda lisans eğitiminin yeterliliği saptanmaya çalışılmıştır. Bu araştırmada, anahtar kelimeler aracılığıyla isim ve içerikleri koruma disiplini ile uyumlu olan mesleki dersler değerlendirmeye alınmıştır. Konuları net olarak belirtilmediğinden proje dersleri kapsam dışı bırakılmıştır.

Tablo 1. Koruma Kapsamındaki Derslerin İç Mimarlık Eğitimindeki Yeri (İç Mimarlık Eğitimi Veren 65 Üniversite İçin)

İlgili Alanda Ders Olanlar	İlgili Alanda Ders Olmayanlar	Tüm Ders Bilgileri Olmayanlar	Web Sayfasında Bilgi Olmayanlar
51	6	3	5

Çalışmada, koruma bilincinin oluşumuna yönelik kazanımlar ortaya çıkaracağı düşünülen dersler, tablo halinde belirlenmiştir (Ek 1). İncelemede 65 üniversitenin 51'inde mimari mirasın korunmasına yönelik bilgi ve beceri kazandıracak derslerin olduğu anlaşılmıştır. Tablo 1'de de görüldüğü gibi; ilgili alanda dersi olan üniversitelerin sayısal

çokluğu, İç Mimarlık eğitiminde koruma bilincinin lisans düzeyinde oluşması gerektiği konusundaki eğilimin yaygın olduğunu göstermektedir. Bu aşamadan sonra araştırma, 51 üniversitede, koruma kapsamındaki 118 adet mesleki dersin detaylı olarak incelenmesi üzerinden ilerlemiştir.

Öncelikle anahtar kelimeler aracılığıyla koruma disiplini ile ilişkisi kurulan 118 adet dersin İç Mimarlık lisans programlarındaki yeri ve ağırlığı niceliğe bağlı değerler üzerinden saptanmaya çalışılmıştır (Tablo 2). Buna göre, derslerde öncelikli olarak Rölöve/Ölçme, ardından da Restorasyon kavramları ışığında bilgi ve beceri oluşturmaya yönelik kazanımların hedeflendiği anlaşılmıştır. Bu saptama, mimari mirasın korunması açısından önemli bir aşama olan rölöve ve restorasyon sürecine iç mimarların sağlayacağı katkıya dikkat çekmektedir. Bu kavramların dışında sırasıyla, ‘Koruma’; ‘Geleneksel Mimari/Konut/Ev’; ‘Yeniden İşlevlendirme/Kullanım’; ‘Tarihi Yapı/Mekan/Çevre’ ve diğer benzeri konularda öğrencilerin mimari mirasın korunması konusunda kendilerini geliştirebileceği derslerin de değişen oranlarda eğitimde var olduğu saptanmıştır.

Tablo 2. Koruma Kapsamındaki Derslerin Anahtar Kelimelerle İrdelenmesi (İlgili Alanda Dersi Olan 51 Üniversitedeki 118 Ders İçin)

Anahtar Kelimeler	Rölöve/Ölçme	Restorasyon	Koruma	Geleneksel Mimari Konut / Ev	Yeniden İşlevlendirme / Kullanım	Tarihi Yapı /Mekan / Çevre	Diğer
İlgili Alandaki Ders Sayısı	48	47	28	16	12	8	7

İç Mimarlık programlarında yer alan koruma kapsamındaki dersler bütün üniversitelerde alınması zorunluluk gerektiren kategoride değildir. Bu dersler; 51 bölümün 25’inde sadece zorunlu, 16’sında zorunlu ve seçmeli, 10’unda ise sadece seçmeli ders olarak yürütülmektedir (Tablo 3). Zorunlu ve seçmeli ifadesi; İç Mimarlıkta koruma eğitiminin zorunlu derslerin yanı sıra seçmeli derslerle de desteklenerek güçlendiği yönünde olumlu bir anlam içerir. Buna karşın, az sayıda üniversitede de olsa ilgili alandaki derslerin sadece seçmeli statüsünde yer alarak öğrencinin tercihinin bırakılması koruma bilincinin oluşumunda eğitimde yetersizlik düşüncesini akla getirir. Genel olarak değerlendirildiğinde; ilgili alandaki derslerin büyük çoğunlukta zorunlu olarak alınması gereği, İç Mimarlık ile Koruma disiplini arasındaki ilişkiye dikkat çekerek, eğitimin buna sağlayacağı katkının önemine vurgu yapmaktadır.

Tablo 3. Koruma Kapsamındaki Derslerin Kategorik Durumu (İlgili Alanda Dersi Olan 51 Üniversite İçin)

Zorunlu ve Seçmeli (Z+S)	Sadece Seçmeli (S)	Sadece Zorunlu (Z)
16	10	25

Bütün dersler yürütülme biçimleri açısından incelendiğinde ise; teorik olarak yürütülenlerin teorik ve uygulamanın birlikte yürütüldüğü derslere oranla daha fazla olduğu, sadece bir adet dersin kredisinin laboratuvar olarak değerlendirildiği görülmüştür (Tablo 4). Buradan da anlaşılmaktadır ki, koruma kapsamındaki derslerde kazanımlar beceriden çok bilgiye yöneliktir.

Tablo 4. Koruma Kapsamındaki Derslerin Yürütülme Biçimi (İlgili Alanda Dersi Olan 51 Üniversitedeki 118 Ders İçin)

Teorik ve Uygulama (T+U)	Sadece Teorik (T)	Sadece Laboratuvar/Uygulama (U)	Web Sayfasında Bilgi Olmayanlar
42	61	1	14

Mimari mirasın korunmasına yönelik İç Mimarlık lisans eğitiminin güncel bilgiler ışığında sorgulandığı bu bölümün önceki tarihli bir başka çalışma ile belli ölçülerde karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi zaman içinde lisans eğitimindeki gelişimi ortaya koymak açısından önemlidir. Gönül ve Küçükarslan Emiroğlu, 2007 yılına tarihlenen çalışmalarında disiplinlerarasılığın önemine değinerek, İç Mimarlık ve Restorasyon arasındaki ilişkiyi Türkiye ve KKTC’deki üniversitelerin lisans düzeyindeki eğitim programları üzerinden değerlendirmişlerdir. 2007 yılında ülkemizde İç Mimarlık lisans eğitimi veren 31 üniversite var iken, 2019 yılına gelindiğinde bu sayının iki katından fazla bir oranda artarak 65’e yükseldiği görülmektedir. Bu artış, şüphesiz son yıllarda İç Mimarlık disiplinine duyulan ilginin belirgin bir göstergesidir. 2007 yılındaki çalışmada restorasyon kapsamında derslerin %66’lık bir oranla İç Mimarlık programlarında yer aldığı görülmüştür (Gönül ve Küçükarslan Emiroğlu, 2007). Bunun yanı sıra konuyu ‘Restorasyon’un bir üst başlığı olan ‘Koruma’ kapsamında mimari miras kavramı üzerinden inceleyerek İç Mimarlık lisans eğitiminin irdelendiği bu bölümde anlaşılmıştır ki, koruma bilincinin oluşumuna yönelik derslerin eğitimdeki yeri ve önemi artan oranda korunmuştur. Bu derslerde genel yaklaşım; mimari mirasa yönelik her türlü müdahalenin koruma bilinci ile gerçekleştirilmesi yönünde kazanım oluşturmaya yöneliktir. Lisansüstü eğitimde ise, koruma olgusu

kapsamındaki bu kazanımların mesleki alanda uzmanlaşmaya yönelik katkı sağlayacak biçimde geliştirilmesi hedeflenmektedir. Çalışmada, İç Mimarlık lisans ve lisansüstü programlar kapsamında incelemeye alınan üniversiteler Tablo 5’te listelenmektedir.

Tablo 5. İç Mimarlık Lisans-Lisansüstü Eğitimi Veren Üniversiteler

Üniversite	Lisans (L)	Yüksek Lisans (YL)	Doktora (DR) / Sanatta Yeterlik (SY)	Üniversite	Lisans (L)	Yüksek Lisans (YL)	Doktora (DR) / Sanatta Yeterlik (SY)
Afyon Kocatepe Üniversitesi*	x			İstanbul Medipol Üniversitesi	x		
Akdeniz Üniversitesi	x			İstanbul Okan Üniversitesi	x		
Altınbaş Üniversitesi	x			İstanbul Rumeli Üniversitesi**	x		
Anadolu Üniversitesi***		x	x (SY)	İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi	x		
Antalya Bilim Üniversitesi	x			İstanbul Şehir Üniversitesi	x		
Atılım Üniversitesi	x	x		İstanbul Teknik Üniversitesi	x	x	
Avrasya Üniversitesi	x			İstanbul Ticaret Üniversitesi	x	x	
Bahçeşehir Üniversitesi	x	x		İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi	x		
Başkent Üniversitesi	x	x	x (DR)	İstinye Üniversitesi	x		
Beykent Üniversitesi	x	x		İzmir Ekonomi Üniversitesi	x		
Beykoz Üniversitesi	x			Kadir Has Üniversitesi	x		
Bilkent Üniversitesi	x	x	x (DR)	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi*	x		
Çankaya Üniversitesi	x	x		Karadeniz Teknik	x	x	
Çukurova Üniversitesi****	x			Kırıkkale Üniversitesi**	x		
Dicle Üniversitesi*	x			Kocaeli Üniversitesi	x		
Doğu Akdeniz Üniversitesi	x	x		KTO Karatay Üniversitesi	x		
Doğuş Üniversitesi	x			Kütahya Dumlupınar Üniversitesi*	x		
Eskişehir Teknik Üniversitesi***	x			Lefke Avrupa Üniversitesi*	x		

Üniversite	Lisans (L)	Yüksek Lisans (YL)	Doktora (DR) / Sanatta Yeterlik (SY)	Üniversite	Lisans (L)	Yüksek Lisans (YL)	Doktora (DR) / Sanatta Yeterlik (SY)
F.S.M Vakıf Üniversitesi	x	x		Maltepe Üniversitesi	x	x	
Girne Amerikan Üniversitesi	x	x		Marmara Üniversitesi**	x	x	x (SY)
Girne Üniversitesi	x			MEF Üniversitesi	x		
Hacettepe Üniversitesi	x	x	x (DR)	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	x	x	x (DR)
Haliç Üniversitesi	x	x		Nişantaşı Üniversitesi	x		
Hasan Kalyoncu Üniversitesi*****	x	x		Nuh Naci Yazgan Üniversitesi	x		
Işık Üniversitesi	x	x		Özyeğin Üniversitesi	x		
İstanbul Arel Üniversitesi	x			Selçuk Üniversitesi****	x		
İstanbul Aydın Üniversitesi	x			TED Üniversitesi	x		
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	x			TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	x		
İstanbul Bilgi Üniversitesi	x			Toros Üniversitesi	x		
İstanbul Esenyurt Üniversitesi	x			Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	x	x	
İstanbul Gedik Üniversitesi	x	x		Yakın Doğu Üniversitesi	x	x	x (DR)
İstanbul Gelişim Üniversitesi	x			Yaşar Üniversitesi	x	x	
İstanbul Kültür Üniversitesi	x	x		Yeditepe Üniversitesi	x		

* Bu üniversitelerin web sayfalarında İç Mimarlık lisans programı kapsamında yürütülen derslere ilişkin bilgi bulunmamaktadır.

** Bu üniversitelerin web sayfalarında İç Mimarlık lisans programı kapsamında tüm dönemlerde yürütülen derslere dair bilgi bulunmamaktadır. Bilgisine erişilen sınırlı sayıda dersler tablolara yansıtılmamıştır.

*** Eskişehir Teknik Üniversitesi, 18.05.2018 tarihinde Anadolu Üniversitesi'nin bölünmesi sonucu açılmıştır. İç Mimarlık alanında lisans programı Eskişehir Teknik Üniversitesi'nde, lisansüstü programı ise Anadolu Üniversitesi'nde yer almaktadır. Bu ayrışma henüz çok yeni olduğundan, lisans ve lisansüstü programların değerlendirildiği tablolarda bahsi geçen bu iki üniversite tek bir üniversite olarak incelemeye alınmıştır.

**** Bu üniversitelerin web sayfalarında İç Mimarlık alanında lisansüstü programın varlığına ilişkin bir bilgi yer almakla birlikte eğitimin düzeyi ve yürütülen dersler hakkında bir açıklama bulunmamaktadır.

*****Bu üniversitenin web sayfasında İç Mimarlık lisansüstü programı kapsamında yürütülen derslere ilişkin bilgi bulunmamaktadır.

Koruma Bilincinin Gelişiminde İç Mimarlık Lisansüstü Eğitiminin Yeterliliği

Türkiye ve KKTC’de İç Mimarlık eğitimi büyük oranda lisans düzeyinde sonlanmaktadır. Bir önceki bölümde İç Mimarlık kapsamında eğitimin lisans düzeyinde var olduğu saptanarak incelemeye alınan üniversite sayısı 65 iken, lisansüstü düzeyde bu sayının azalarak 27’ye indiği görülmektedir (Tablo 6). 2 üniversitenin web sayfasında bilgi yer almamaktadır. Yüksek lisans eğitiminin yürütüldüğü 25 üniversitenin sadece 7’sinde doktora veya sanatta yeterlik düzeyinde eğitime devam edilmektedir. İç Mimarlık eğitimi lisansüstü programlarda büyük oranda yüksek lisans düzeyinde sürdürülmektedir (Tablo 7). Çalışmanın konusu gereği, bu bölümde lisansüstü düzeyde eğitim bir bütün olarak ele alındığından gerek yüksek lisans gerekse doktora ve sanatta yeterlik aşamalarındaki İç Mimarlık programları incelenerek elde edilen veriler tablolara yansıtılmıştır.

Tablo 6. İç Mimarlık Lisans Eğitimi Veren Üniversitelerde Lisansüstü Eğitimin Sorgulanması (İç Mimarlık Lisans Eğitimi Veren 65 Üniversite İçin)

İç Mimarlık Lisansüstü Eğitimi Olmayan Üniversite	İç Mimarlık Lisansüstü Eğitimi Olan Üniversite
38	27

Tablo 7. İç Mimarlık Lisansüstü Eğitim Düzeyi (İç Mimarlık Lisansüstü Eğitim Veren 27 Üniversite İçin)

Yüksek Lisans (YL)	Doktora / Sanatta Yeterlik (DR/SY)	Web Sayfasında Bilgi Olmayanlar
25	7	2

Çalışmanın bu aşamasında, Türkiye’de ve KKTC’de bulunan üniversitelerin İç Mimarlık lisansüstü programlarındaki dersler incelenerek koruma bilincinin gelişiminde lisansüstü eğitimin yeterliliği saptanmaya çalışılmıştır. Anahtar kelimeler aracılığıyla isim ve içeriklerinin koruma disiplini ile uyumu derslerin seçim kriterini belirlemiştir. Buna göre; 27 üniversitenin büyük bölümünde koruma kapsamında dersler olduğu gözlemlense de bu oran yeterli değildir (Tablo 8). Nitekim, ilgili alanda dersi olmayan üniversiteler İç Mimarlık üzerine uzmanlaşmayı hedefleyen lisansüstü eğitim programları ile koruma bilincinin gelişimine bir katkı sunmayacaktır. Bu aşamadan sonra çalışma, 27 üniversitenin 15’indeki lisansüstü programlarda koruma bilincinin gelişimine katkı sağlayacak 44 adet dersin detaylı olarak incelenmesi ile devam etmiştir.

Tablo 8. Koruma Kapsamındaki Derslerin İç Mimarlık Lisansüstü Eğitimindeki Yeri (İç Mimarlık Lisansüstü Eğitimi Veren 27 Üniversite İçin)

İlgili Alanda Ders Olanlar	İlgili Alanda Ders Olmayanlar	Web Sayfasında Bilgi Olmayanlar
15	9	3

Tablo 9. Koruma Kapsamındaki Lisansüstü Derslerin Anahtar Kelimelerle İrdelenmesi (İlgili Alanda Dersi Olan 15 Üniversitedeki 44 Ders İçin)

Anahtar Kelimeler	Tarihi Yapı / Mekan / Çevre	Koruma	Restorasyon	Renovasyon / Yeniden Kullanım	Diğer
İlgili Alandaki Ders Sayısı	12	12	12	10	9

Bir önceki bölümde olduğu gibi, bu bölümde de incelemeye alınan dersler tabloda gösterilmiştir (Ek 2). Derslerin, anahtar kelime olarak sıklıkla karşılaşılan, ‘Tarihi Yapı/Mekan/Çevre’, ‘Restorasyon’ ve ‘Koruma’ kavramları üzerinden yürütülmesi genel bir eğilim oluşturmaktadır. Bunlar dışında anahtar kelimeler olarak; ‘Renovasyon/Yeniden Kullanım’ ve ‘Diğer’ tanımlamaları incelemeye esas oluşturan derslerin belirlenmesinde etkili olmuştur (Tablo 9). ‘Diğer’ kelimesi; ‘Kültürel Miras’, ‘Geleneksel’, ‘Rekonstrüksiyon’ ve ‘Rölöve’ tanımlamaları ile taranan derslerin sayıca az olması sebebiyle bu kategorileri kendi içinde barındırmaktadır. Lisansüstü programların aksine, lisans programlarında Rölöve derslerinin sıklıkla yer alması, mimari mirasın yapısal ve mekansal nitelikleri üzerine odaklanan bu derse ilişkin her iç mimarın lisans eğitimi esnasında bilgi ve beceri kazanması konusunda ortak bir yönelim olduğunu göstermektedir.

Bu bölümde incelenen 44 dersin 18’inde korumaya yönelik anahtar kelimelerle İç Mimari/Mekan kelimeleri birlikte yer almaktadır. Lisansüstü düzeydeki bu dersler İç Mimarlık ile Koruma disiplinleri arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Tablo 10’da da görüldüğü gibi, bu derslerin içinde ‘Restorasyon’ kelimesinin ‘İç Mimari/Mekan’ kelimeleri ile birlikte kullanımı diğer anahtar kelimelere oranla daha fazladır. Bunun yanı sıra ‘Restorasyon’ lisansüstü düzeyin yanı sıra lisans eğitimiindeki derslerde de korumaya yönelik bir anahtar kelime olarak öne çıkmaktadır (Tablo 9 ve Tablo 2). Koruma kavramının bir alt açılımı olan ‘Restorasyon’ ile ‘İç Mimarlık’ arasındaki ilişkiye dikkat çeken bu durum, konuya eğitimin her aşamasında yer verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Nitekim, Restorasyon ile İç Mimarlık eğitiminin gerek lisans gerekse lisansüstü düzeyde ilişkisini ortaya koymaya çalışan akademik araştırmalar da bu görüşü desteklemektedir (Lisans düzeyinde Gönül ve Küçükarslan, 2007; lisansüstü düzeyde Eren, Demirarslan ve Yücel,

2007). Eren, Demirarslan ve Yücel'in ortak çalışmalarında; İç Mimarlık lisansüstü eğitiminde rölöve, restorasyon ve koruma kavramlarının nasıl sorusu ile açığa çıkarılmasının yanı sıra restorasyon kavramının kuramsal, bilimsel ve teknik içeriğine dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Konusu gereği, bir önceki bölümde daha detaylı yer verilen Gönül ve Küçükarslan'ın çalışmasında ise; genel olarak Türkiye ve KKTC'deki üniversiteler kapsamında İç Mimarlık eğitimi Restorasyon kavramı açısından sorgulanmaktadır.

Tablo 10. Koruma Kapsamındaki Anahtar Kelimelerin İç Mimari/Mekan Kavramları İle Birlikte Kullanımları (İç Mimari/Mekan Kelimelerinin Tarandığı 18 Ders İçin)

Anahtar Kelimeler	Restorasyon	Renovasyon	Koruma	Tarihi Yapı/ Çevre	Diğer
İç Mimari/Mekan Kavramı	6	2	3	3	4

Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye sahip olduğu nitelikli ve çok sayıdaki kültürel varlıkla önemli bir potansiyele sahiptir. Yetişmiş eleman eksikliğinden dolayı ülkemizde kültürel varlığın korunmasını hedef alan projeler çoğu zaman yabancı araştırmacılar tarafından yürütülmektedir. Bu açığın kapatılması için son yıllarda açılan Kültür Varlıklarını Koruma programları ile üniversiteler ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeylerde eğitim vermektedir. Yayılmakta olan bu programların yanı sıra koruma kültürünün gelişimine uzun süredir katkı sağlayan diğer disiplinlerin de eğitim ve mesleki pratikler açısından gelişimi desteklenmelidir.

Mimari mirasın korunması sorunsalı çok disiplinli bir yapıda çözüm bulmayı gerektirmektedir. Yapısal ve teknik sorunların çözümünde mühendisler, malzemeye bağlı bozulmalar konusunda kimyagerler, yapısal ve mekansal ölçekli kararlarda mimarların yanı sıra iç mimarların da mimari mirasın korunmasına yönelik girişimlerde ve sonraki kullanımlar esnasında önemli sorumlulukları bulunmaktadır.

Disiplinlerarasılığın öneminin anlaşıldığı günümüzde, Koruma disiplini ile İç Mimarlık arasındaki ilişki gerek lisans gerekse lisansüstü düzeyde eğitimi sorgulamayı gerektirmektedir. Örneğin; ön lisans eğitimini kültürel varlıkların korunmasına ilişkin programlarda tamamlayan bireylerin dikey geçiş sistemi ile İç Mimarlığa yönelmeleri lisans eğitiminde sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Mimari mirasın korunmasına mekan ölçeğinde katkı sağlayacak İç Mimarlar koruma bilinci ile yetişmiş olmalıdır. Bu yüzden eğitim önemlidir. Koruma konusunda her aşamada İç Mimarlık eğitiminin yeterliliğini araştıran bu çalışma göstermektedir ki; gerek lisans gerekse lisansüstü düzeyde ilgili alanda eğitime yer verilmeyen programlar bulunmaktadır. Bunun yanı sıra lisans programlarında korumaya yönelik derslerin tamamı zorunlu değildir. Zorunlu derslerin yanı sıra seçmeli derslerle

koruma eğitimini desteklemek en doğru yaklaşımdır. Ancak sadece seçime bağlı derslerle konuyu bir gereklilik olmaktan çıkarıp tercihi hale getirmek, koruma eğitiminde bir yetersizlik göstergesidir. Nitekim, lisans düzeyinde koruma bilincini oluşturamayan bir iç mimar için, bu bilince yönelik bir gelişimin hedeflendiği lisansüstü eğitimde zorluklar yaşanacağı düşünülmektedir. Bütün bunlarla birlikte, mimari mirasın korunması kapsamında İç Mimarlık eğitiminin bir diğer açıdan sorgulanması gereken yönü kazanımların niteliğiyle ilgilidir. Bilgiye kolaylıkla ulaşılan günümüzde bu bilginin niteliğiyle birlikte ne işe yaradığı da önemli hale gelmiştir. Bu yüzden uygulamaya dönük mesleki bir disiplin olan İç Mimarlıkta korumaya yönelik derslerde eğitimin hedefi, bilgi sunmakla beraber uygulamalar aracılığıyla bilginin beceriye dönüştürülmesi olmalıdır. Bu yüzden korumaya yönelik teorik ve/veya uygulamalı derslerde edinilen kazanımların geliştirilerek tasarım becerisine dönüştürülmesi için, Tasarım Stüdyolarında mimari mirasların iç mekanlarının konu edilmesi önemlidir.

İç Mimarlık eğitiminde lisans düzeyinde oluşturulması gereken koruma bilincinin lisansüstü düzeyde geliştirilmesi mimari mirasın nitelikli uzmanlık gerektiren konularda korunması için önemlidir. Türkiye’de ve KKTC’deki 27 üniversitede İç Mimarlık alanında lisansüstü eğitim verilmektedir. Bunların içinde lisansüstü program düzeyi açısından bilgisine ulaşılan 25 üniversitede yüksek lisans, 25 üniversitenin 7’sinde ise yüksek lisans sonrası doktora ve sanatta yeterlik programlarının yer aldığı görülmektedir. Doktora/Sanatta yeterlik programlarının yetersizliği, hem İç Mimarlığın akademik alanda ilerlemesine hem de İç Mimarlık kapsamında koruma bilincinin gelişmesine engel olmaktadır. Konuyu eğitimin her aşamasında irdelemeyi amaç edinen bu çalışmada, lisansüstü veriler büyük ölçüde yüksek lisans seviyesinde bilgi içermektedir. İç mimarların mimari mirasın korunmasına sağlayacağı katkı düşünüldüğünde, ilgili alanda ders sayısının artmasının yanı sıra yüksek lisans ve doktora/sanatta yeterlik düzeylerinde korumaya yönelik uzman yetiştirecek nitelikte eğitimin yaygınlaşması gerekmektedir. Koruma bilincinin oluşumu İç Mimarlık lisans eğitiminde tamamlanmalıdır. Bu bilincin gelişerek iç mimarlara önemli bir uzmanlık alanı kazandırması için gerek yüksek lisans gerekse doktora/sanatta yeterlik düzeylerinde koruma disiplinine odaklanan eğitim imkanları oluşturulmalıdır. Ancak günümüzde İç Mimarlık lisansüstü eğitiminde koruma kavramı ders/tez konusu düzeyinde kazanıma dönüşmekte, uzmanlık alanı olarak lisansüstü programlarda yer almamaktadır. Mevcut yapılarla doğrudan ilgili bir disiplin olan İç Mimarlığın, koruma konusunda uzmanlaşmış meslek insanları yetiştirmesi İç Mimarlık kadar Koruma disiplininin gelişimini de destekleyecektir.

Sonuç olarak, oldukça zengin bir kültürel mirasa sahip ülkemizde tarihi yapılar iç mimarların iş yaşamında karşılaşılabilecekleri önemli bir grubu oluştururlar. Ülke ekonomilerine katkı sağlamak bakımından dünyadaki yönelim yeni bina yapmaktansa yapıların iç mekanlarının düzenlenerek kullanılması yönündedir. Tarihi yapılar için fazlasıyla geçerli olan bu durum iç mimarları görev başına getirir. Bu konuda donanımlı iç mimarlar yetiştirmek için eğitime düşen sorumluluklar ivedilikle yerine getirilmelidir.

Kaynaklar

Ahunbay, Z. (2016). *Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon*. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.

Bektaş, C. (1992). *Koruma Onarım*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Boito, C. (2018). *Korumak Mı, Restore Etmek Mi* (A. Tümertekin, Çev.). İstanbul: Janus

- Yayıncılık. (Orijinal çalışma basım tarihi 1893).
- Brooker, G. ve Stone, S. (2010). *What Is Interior Design*. Switzerland: RotoVision SA.
- Eren, M.E., Demirarslan, O. ve Yücel, F.S. (2007). İç Mimarlık Lisansüstü Eğitimi ve Restorasyon İle İlişkisi. *Arkitekt*, 2007/06, s.16.
- Eren, M.E., Demirarslan, O. ve Yücel, F.S. (2007). İç Mimarlık Lisansüstü Eğitimi ve Restorasyon İle İlişkisi. *İÇMEK 2007 I. Ulusal İç Mimarlık Eğitimi Kongresi* içinde (s. 359-366). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi/Taşkışla.
- Gönül, B. ve Küçükarslan Emiroğlu, M. (2007). Türkiye’de İç Mimarlık Eğitiminde Restorasyon. *Arkitekt*, 2007/06, s.27.
- Gönül, B. ve Küçükarslan Emiroğlu, M. (2007). Türkiye’de İç Mimarlık Eğitiminde Restorasyon. *İÇMEK 2007 I. Ulusal İç Mimarlık Eğitimi Kongresi* içinde (s.367-385). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi/Taşkışla.
- Gönül, B. (2015). İç Mimarlık Yüksek Lisans Eğitiminde Disiplinler Arası İlgi Alanları. *İÇLEK 2015 Ulusal İç Mimarlık Lisansüstü Eğitim Kongresi I* içinde (s.73-86). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Gürel, M. (2014). Türkiye’de İçmimarlığın Bir Hikayesi. U.Şumnu (Der.), *Türkiye’de İçmimarlık ve İçmimarlar* içinde (s.21-26). Ankara: TMMOB İçmimarlar Odası.
- Madran, E. ve Tağmat, T. S. (2007). *Kültürel ve Doğal Miras: Uluslararası Kurumlar ve Belgeler*. Ankara: TMMOB Mimarlar Odası.
- Tapan, M. (2014). *Koruma Sorunlarımız*. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.

İnternet Kaynakları

- URL-1: <https://cuneytayk.tumblr.com/tagged/restorasyon-mimar%C4%B1k-architecture-turkiye-turkey-istanbul-tarihiyar%C4%B1mada-karakoy> [Erişim tarihi 16 Mart 2019]
- URL-2: <http://arkeofili.com/sile-kalesi-restorasyon-danismani-elestirilere-cevap-verdi/> [Erişim tarihi 16 Mart 2019]
- URL-3: https://www.tripadvisor.com.tr/Hotel_Review-g293974-d7258620-Reviews-10_Karakoy_Istanbul-Istanbul.html#photos:aggregationId=&albumid=101&filter=7&ff=117253140 [Erişim tarihi 25 Mart 2019]

Ek 1

İÇ MİMARLIK LİSANS EĞİTİMİNDE KORUMA KAPSAMINDA İNCELENEN DERSLER	
DERS ADI	DERS ADI
Rölöve*	Geleneksel Mimari
Restorasyon*	Binaların Yeniden İşlevlendirilmesinde İç Mekan Sorunları*
Geleneksel Türk Evi*	Geleneksel Türk Ahşap Sanatı
Koruma ve Restorasyon*	Anadolu'da Konut Mimarisi
Tarihi Yapılarda Rölöve	Rölöve-Restorasyon ve Koruma I
Tarihi Mekanların Analizi	Rölöve-Restorasyon ve Koruma II
İç Mekan Restorasyonu*	Ölçme Bilgisi
Anadolu'da Geleneksel Türk Evi	Doğal Taş Koruma, Bakım ve Onarım
Koruma ve İşlevlendirme*	Rölöve I
Rölöve-Restorasyon I*	Rölöve II
Rölöve-Restorasyon II*	Geleneksel Türk Konutu ve İç Mekan Tasarımı
Geleneksel Türk Evleri	Rölöve ve Restorasyon Teknikleri
Koruma ve İşlevlendirme*	Geleneksel Mimari-Tasarım İlişkisi I
Yapı Araştırması ve Dokümantasyon	Geleneksel Mimari-Tasarım İlişkisi II
Yapı Rölövesi	Mimari Koruma ve Rölöve
Koruma Kuramları	Mekanların Yeniden İşlevlendirilmesi*
Anadolu'da/Antik Çağ Kentlerinde İç Mekan Oluşumu	Rölöve ve Çizim
Geleneksel Türk Konutunda Mekan Kurgusu	Restorasyon II
Osmanlı Külliye ve Camilerinde Mekan Kurgusu	Tarihi Çevrede Koruma I
Rölöve Restorasyon*	Tarihi Çevrede Koruma II
Tarihi Yapı Çözümleme	Kültürel Miras ve Koruma
İstanbul'un Koruma Sorunları	Osmanlı Mimarlığı
Geleneksel Türk Konut Mimarisinde Mekan Tasarımı	İç Mimarlık Rölöve Restorasyon I
Restorasyon Projesi	İç Mimarlık Rölöve Restorasyon II
Türk Evi*	Tarihi Yapılarda Tasarım Prensipleri
Geleneksel Türk Mimarisinde Yapı	Restoration and Preservation I
İç Mimarlıkta Ölçme ve Dokümantasyon	Restoration and Preservation II
Koruma ve Restorasyon İlkeleri	Tarihi İç Mekanların Korunması: Tarih ve Kuram*
Rölöve ve Yeniden İşlevlendirme	Restoration for Interiors
Kültürel Mirasın Korunması	İç Mekan Restorasyon Projesi
Endüstri Mirası ve Miras Yapılarının Yeniden İşlevlendirilmesi	Geleneksel Mekan Kavramı
Geleneksel Anadolu Konutlarında İç Mekan Çalışmaları	Yeniden İşlevlendirme
Restorasyon ve Koruma Çalışmalarına Giriş	
* Bu ifadenin yer aldığı dersler farklı üniversitelerin İç Mimarlık programlarında aynı adla yer almaktadır. Aynı adla yer alan bu dersler tabloda bir kez gösterilmiştir.	

Ek 2

İÇ MİMARLIK LİSANSÜSTÜ EĞİTİMİNDE KORUMA KAPSAMINDA İNCELENEN DERSLER	
DERS ADI	DERS ADI
Yeni Müzeoloji-Kültürel Miras ve Müze Mekan Tasarımı	İç Mekan Tasarımında Yeniden İşlevlendirme
Tarihi Yapıları Araştırma Yöntemleri	İç Mekan Restorasyonu
Kültürel Miras Yönetimi	Geleneksek Yapı Tipleri ve Yeniden Kullanım Olanakları
İç Mekanda Restorasyon, Koruma ve Yeniden İşlevlendirme	Mimaride Yeni-Eski İlişkileri
Tarihi İç Mekanların Biçimlendirilmesi ve Değerlendirilmesi	Restorasyon
İç Mekanda Koruma Kuramı	Tarihi Çevrede Kentsel Dönüşüm
İç Mekanın Yeniden İşlevlendirilmesi	Tarihi Yapıların Taşıyıcı Sistemlerinin Korunması
Yeniden Kullanım Sürecinde Koruma ve Restorasyon	Geleneksel Yapım Teknikleri
Tarihi Yapıların Analizi ve Yeniden Değerlendirilmesi	Tarihi Çevre Değerlendirme
Renovasyon Uygulamalarında Mekansal Yaklaşımlar	Koruma ve Restorasyon Teknolojisi
İç Mimari Restorasyon Teknikleri	Koruma Kuramları ve Kavramları
Renovasyon Uygulamalarında İç Mimari Tasarım İlkeleri	Tarihi Çevre-Tasarım İlişkisinde Yöntem ve Nitelik Sorunları
Restorasyon-Rekonstrüksiyon Uygulamalarında İç Mimari Yapı Elemanları/Yapı Malzemeleri	Modern Mimarlık Mirasının Korunması
Restorasyon Uygulamalarında İhtisaslaşmış İç Mekan Tasarımı	Geleneksel Mimari ve Ekoloji
Rekonstrüksiyon Uygulamalarında İç Mimari Tasarım	İç Mimarlıkta Restorasyonun Temel Prensipleri
Restorasyon Uygulamalarında Tesisat Sistemleri	Çağdaş Koruma, İlke, Yöntem ve Teknikleri
İleri İç Mimari Rölöve Teknikleri	Restorasyon Koruma Teorileri
Analysis and Assessment of Historical Buildings and Their Environments	Restorasyon ve Renovasyon
Geleneksel Türk Konut Mimarisinde Mekan Tasarımı	Tarihi Yapı ve Mekanlarda Serbest El Eskizleri
Tarihi Çevrelerin Korunması ve Değerlendirilmesi	Müdahale ve Değişiklik
Tarihi Çevrelerin Korunması ve Değerlendirilmesinde İç Mekan Çözümleri	Koruma ve Kültürel Miras ve Renovasyon İlkeleri
Tarihi Yapı ve Çevrelerde İç Mekan Sorunları	Yeniden İşlevlendirme Kuramı ve Tarihi

**PROGRAMATİK REKLAMCILIK:
KAVRAM, İŞLEYİŞ VE POTANSİYELİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRMESİ***

Deniz ZEREN¹
İsmail KEŞLİKLİ²

ÖZ

İnternet milyarlarca insan tarafından, iletişim için, yoğun olarak, tercih edildikçe dijital pazarlama ve çevrimiçi reklamcılık, işletmelerin pazarlama iletişiminde kullandıkları en önemli stratejiler haline gelmeye başlamıştır. Programatik reklamcılık, işletme enformasyon sistemlerinde, yapay zekâ ve veri madenciliği alanlarında yaşanan gelişmelerin bir yansıması olarak internette gelişimini sürdüren, grafik teknolojilerle büyük veri işlenerek uygulanan güncel bir pazarlama tekniğidir. Temelde, yayıncılar ve reklam verenler tarafından sunulan verileri, dijital ticareti platformlarda buluşturarak, tarafların otomatik, daha hızlı ve çok daha etkili bir şekilde çevrimiçi reklam alım satımı yapmasına yarayan bir teknolojidir. Geleneksel reklamcılığa yeni boyutlar kazandıran teknik, gerçek zamanlı veriyi işleyerek, satın alma veya reklama tıklama anında gerçek zamanlı tüketici ilgisine göre anlık reklam teklifleri oluşturabilmeye imkân sağlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın öncelikli amacı, işletmelere ve tüketicilerin çevrimiçi deneyimlerine katkı sağlayan bu tekniğin kavramsal olarak açıklanmasını sağlayarak, henüz başlangıç aşamasındaki yazına teorik katkı sağlamaktır. Bu amaçla bu çalışmada programatik reklamcılığın tanım, terim, işleyiş ve temel kavramları işleyiş açısından ve teorik açıdan incelemiştir. Bu çalışmada programatik reklamcılık reklam verenler açısından, yayıncılar açısından ve tüketiciler açısından ele alarak değerlendirilmiştir. Ayrıca programatik reklamcılık sürecine, ekosistemine ve henüz başlangıç aşamasında olan ilgili yazının taranmasına yer verilerek geleceğe yönelik uygulama ve çalışma düzlemlerine doğru bir adım atılmasına çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Programatik Reklamcılık, Dijital Reklamcılık, Çevrimiçi Reklamcılık

**PROGRAMMATIC ADVERTISING: CONCEPT,
SYSTEMATIC AND EVALUATION IN TERMS OF ITS POTENTIAL**

ABSTRACT

Since the Internet is heavily preferred by millions of people around the world for communication, digital marketing and online advertising have become the most important strategies used by businesses in marketing communications. Programmatic advertising is an up-to-date marketing technique applied by using big data and graphic technologies that are developing in the internet as a reflection of the developments in business information systems, artificial intelligence and data mining. Mainly, it is a technology that enables parties to trade online advertising faster, more effectively, by bringing together data presented by publishers and advertisers on digital trading platforms. The technique, which adds new dimensions to traditional advertising,

¹ Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, dzeren@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-1197-5375

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, SBE, ismailkeslikli@gmail.com, ORCID:0000-0001-8222-622X

* Bu çalışmanın "Programatik Reklamcılık" başlıklı bir versiyonu 20-21-22 Haziran 2019 tarihinde Bandırma'da gerçekleştirilen International Conference on Empirical, Economics & Social Sciences (IECCSS) Konferansında sözlü olarak sunulmuş ve özet bildiri olarak basılmıştır.

Received/Geliş: 26/06/2019 Accepted/Kabul:01/10/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Zeren, D. ve Keşlikli, İ. (2019), "Programatik Reklamcılık: Kavram, İşleyiş ve Potansiyeli Açısından Değerlendirme", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.312-326.

processes real-time data and enables the creation of instant ad offers based on real-time consumer interest at the time of purchase or ad click. Therefore, the primary purpose of this study is to make a theoretical contribution to the literature at the beginning stage by providing a conceptual explanation of this technique which contributes to the online experiences of businesses and consumers. For this purpose, this study focuses on the definitions, related terms, operation and basic concepts of programmatic advertising. In this context, programmatic advertising is evaluated in terms of advertisers, publishers and consumers. In addition, this study includes programmatic advertising process, ecosystem and related literature which is still in the beginning stage and tries to take a step towards future application and working planes.

Keywords: Programmatic Advertising, Digital Advertising, Online Advertising

Giriş

İçinde bulunduğumuz yüzyıl, bir öncekine göre, alışageldiğimiz süreçlerin değişim geçirdiği ve yeni formlara dönüştüğü bir dönemdir. Bu süreçte ürün ya da hizmetlerin üretim ve tüketim yöntemleri değişmiş, dağıtım, tutundurma ve iletişim kanalları farklılaşmıştır. İnternet, teknolojik gelişmeler, otomasyon ve son olarak yapay zekanın süreçlere dahil olduğu bir sistemde, üretim ve tüketimin hızının artması diğer süreçleri de hızlandırmıştır. Her işletmenin kendi dinamikleri olsa da, ortak noktaları dönüşüme, değişime ve bu süreçlere adapte olma mecburiyetleridir. Mevcut konumları ne olursa olsun hızlanmakta olan bu yeni Dünya düzenine ayak uyduramayan işletmelerin, ayak uydurabilen işletmeler karşısında rekabet avantajlarını kaybederek modern dünyanın gerçeklerinden uzaklaşmaları kaçınılmaz hale gelecektir. Bu noktada, değişime hızlı bir şekilde adapte olabilmenin anahtarı, yeniliklerden haberdar olmak ve bu yenilikleri kendi günlük alışkanlıklarımız çerçevesinde uygulanabilir kılabilmektir.

İnternetin her geçen gün günlük hayatın içindeki kullanım alanlarının artması küreselleşen dünya ekonomisinde reklam endüstrisinin gün geçtikçe daha da büyümesi anlamına gelmektedir (IAB, 2018a). Özellikle içinde bulunduğumuz yüzyılın son çeyreğinde, internet dünyasında meydana gelen değişimlerin, reklamcılığı ve reklamları da önemli bir değişimle karşı karşıya getirdiği görülmektedir. Dolayısıyla bu alanda gerçekleşen teknolojik değişimler varlığını sürdürmek, rekabet avantajını korumak ve gelişen, büyüyen fırsatlar ağında kendine yer edinmek isteyen bireyler için büyük önem arz etmektedir. Dijitalleşen reklam ortamı beraberinde yeni kavramları beraberinde getirmektedir. Programatik reklamcılık da bu kavramlardan biridir.

IAB Türkiye (Interactive Advertising Bureau- Interaktif Reklamcılık Derneği) araştırmasına göre 2018 yılında programatik reklamcılık harcamaları yıllık 46,55 milyon dolardır ve mobil display reklamcılık da dahil tüm reklamcılığın %82,5'luk bir kısmını temsil etmektedir (IAB, 2018b). IAB her yıl yürüttüğü araştırmanın sonuçlarına göre programatik reklamcılık yatırımlarının Türkiye'de 2017 yılında 2016 yılına kıyasla %42 arttığı, 2018 yılında ise 2017 yılına kıyasla %16 oranda arttığı görülmüştür. 2016 yılında 993,79 milyon Türk Lirası olan programatik reklamcılık yatırımlarının 2018 yılında 1638,25 milyon Türk Lirasına ulaştığı görülmektedir (İplikçi ve Batu, 2018; [IAB, 2018c](#)).

Mobil Pazarlama Birliğinin Nielsen Türkiye ile birlikte yürüttüğü çalışmada programatik üzerinden sunulan mobil reklamlar için yapılan yatırımların toplamının 509,3 milyon Türk Lirası olduğu görülmüştür. Yerel yayıncılardaki programatik reklam yatırımlarına geldiğinde ise 70,3 milyon Türk Lirası yatırım ile 37,3 milyar görüntüleme gerçekleştiği görülmektedir (Perker, 2018). Bu rakamlar programatik reklamcılığın ekonomi üzerindeki olumlu etkisini de göstermektedir.

Programatik reklamcılık, çevrimiçi tüketicinin kendi cihazlarını kullanırken uygun ve doğru reklamlarla buluşabilmesini sağlama potansiyeline sahiptir. Bu durum, işletmelerin bir reklamdan bekleyebileceği bir potansiyele sahiptir. Programatik reklamcılık, reklamları sadece çevrimiçi platformlarda değil, sosyal ağlar veya mobil uygulamalarda da ulaştırılabilir hale gelmektedir. Bu tekniğin en önemli faydası, reklam verenlerin hedef kitlelerini yakından tanıma, takip ve analiz ederek daha dar tanımlanmış ve amaca uygun bir hedefleme yapabilmelerini sağlaması ve böylece en doğru hedef kitleye ulaşabilmelerini sağlamaktır (Url1, Url2). Böylece doğru içeriği, doğru zamanda, doğru kişilere ulaştırabilmek mümkün hale gelir. Ayrıca programatik reklamcılığın satın alım süreçlerinin gerçek zamanlı olarak ilerlemesi, reklam verenlere bütçelerini etkin kullanabilme ve süreç esnasında optimizasyon yapabilme esnekliği sunar. Bütçenin etkin kullanımı yatırımın geri dönüşünde gözle görülür artış sağlar. Yüksek kampanya performansı elde edilmesi ve maliyetin düşmesiyle, karlılık artırılabilir. Diğer taraftan bakıldığında, tüketicilerin ilgi alanlarına girmeyen, sürekli yakındıkları reklamlarla karşılaşmalarının önüne geçilerek tüketicilerde olumsuz duygular yaratılması önlenilebilecektir. Böylece tüketiciler de istek ve ihtiyaçlarıyla uyumlu çözüm önerileriyle karşılaşarak, kendi beğenilerine daha uygun reklam seçenekleri değerlendirebileceklerdir. Sıralanan potansiyel avantajları dolayısıyla dijital pazarlama ve çevrimiçi reklamcılığın en önemli stratejilerinden biri haline gelen (Jung ve diğ., 2017) programatik reklamcılık ile ilgili akademik çalışmalar henüz başlangıç düzeyindedir (örn. Ning ve diğ., 2013; Lee ve diğ., 2013; Leal-Rodriguez ve diğ., 2015; Chen ve Zahedi, 2017; Belanche ve diğ., 2017; Miralles-Pechuan ve diğ., 2018; Palos-Sanchez ve diğ., 2018; Huang, 2018)

Bu çalışmanın amacı, reklam teknolojilerinin günümüzdeki en modern hali olan programatik reklamları ele almak, tanım, terim ve işleyişine odaklanarak konu ile ilgili temel düzeyde anlayış sağlamaktır. Ayrıca, programatik reklamcılığı işletmeler, teori ve tüketiciler açısından inceleyerek, halen çok kısıtlı olan ilgili yazına öncü katkı sağlamaktadır. Bu amaçla tasarlanan kavramsal çalışmada reklamcılığın değişen doğası içinde programatik reklamcılığın yeri, tanımı, ilgili terimler ve işleyişi ele alınmaktadır. Ayrıca, programatik reklamcılığın yayıncılar açısından, reklam verenler açısından, tüketiciler açısından değerlendirilmesine yer verilmektedir.

Reklamcılığın Değişen Doğası ve Programatik Reklamcılık

Reklamcılık pazarları, ürünleri ve tüketicileri harekete geçiren güçlü bir pazarlama faaliyetidir (Kumar ve Gupta, 2016). Reklamcılığın gelişimi ve doğasının değişimi

reklamcılık mecralarının değişimi ve gelişimiyle yakından ilgilidir (Yılmaz, 2017). Baskı teknolojilerinin gelişmesiyle yazılı mecralarda yaygınlaşan reklamcılık faaliyetleri, sonraki yıllarda görsel ve işitsel avantajları dolayısıyla televizyona doğru kaymıştır. 2000'li yıllar internet teknolojilerinin yaygınlaşmaya başlamasıyla reklamcılık faaliyetleri de tüketicilerin kolaylıkla ulaşılabilirdiği dijital platformlarına kaydırılmaya başlanmıştır. Dijital platformlarda reklamcılık faaliyetlerinin yürütülmesi hem reklam performansının ölçümlenebilirliği hem de kullanıcılara göre özelleştirilebilme gibi avantajları dolayısıyla işletmeler tarafından tercih edilmektedir (Tuzcu ve diğ., 2018). Dijital reklamcılık internette, sosyal medyada ve mobil pazarlamada yürütülen reklamcılık faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu yeni medya tüketicilerle reklam arasında etkileşimi artırarak, geleneksel reklamın tanımını değiştirmesinin yanında tüketici davranışlarında da daha fazla etki yaratmaktadır (Taylor, 2015). Yayıncıların ve işletmeler açısından bakıldığında ise web sitelerinin içerikleri display reklamların en bilinen hali olan banner reklamlar aracılığıyla mesajlarını kullanıcılarına ilettikleri süreçte, reklamlarını yayınlayan yayıncılara da trafiklerinden kazanç elde edebilme imkanı yaratmıştır. Bu da birçok kişi tarafından hobi olarak başlatılmış internet sayfalarının, zamanla bir iş niteliği kazanmaya başlamasına imkan vermiştir. Kazan-kazan ilişkisine dayalı bu sistem, geçmiş teknolojilerle uyumu ve birbirini tamamlayıcı özelliği de sahip olmasıyla, güçlenen bir reklamcılık modeli ortaya koymuştur. Çok değil birkaç sene öncesine kadar, internet reklamları verebilmek için yayıncılar ve reklam verenler doğrudan iletişime geçerek, reklam yerleştirmeleri ve her bir yerleştirmenin bin gösterim başına maliyet değerini (CPM: Cost per Mile) kendi aralarında gerçekleştirdikleri pazarlıklar sonucu belirlemekteydiler. Günümüzde ise süreçler programatik reklamcılık sayesinde çok daha verimli ve hızlı bir şekilde yönetilmektedir.

Programatik reklamcılık, otomasyon sistemlerine dayanan satın alma ve satma süreçleri geliştirilen reklamcılık işlerini ifade etmektedir (Martinez-Martinez ve diğ., 2017). Son yıllarda geliştirilmiş, büyük miktarda veri kullanan internette grafik reklamcılıkla ilgili yeni bir yöntemdir (Cui ve diğ., 2011; Lee ve diğ., 2013; Qin ve diğ., 2017; Shan ve diğ., 2016; Kireyev, Pauwels, Gupta, 2016). Programatik reklamcılık, yayıncılar ve reklam verenler tarafından sunulan verileri, dijital ticareti platformlarda buluşturarak, tarafların otomatik, daha hızlı ve çok daha etkili bir şekilde çevrimiçi reklam alım satımını yapmasına yarayan bir teknoloji olarak tanımlanabilir.

İnternette yer satılan ve alınan geleneksel yöntemlerle kıyaslandığında programatik reklamcılık, kullanıcı izlenimlerini, banner reklam tıklama maliyetlerini ve yaratıcı reklamcılığı temel alan bir yapıdadır (Aslam ve Karjaluo, 2017). Reklamcılık endüstrisinde köklü değişikliğe neden olan programatik reklamcılığın en önemli katkısı reklam verenlerin hedef kitlelerini yakından takip ve analiz ederek daha iyi bir pazar hedeflemesi yapabilmelerine, daha iyi müşteri profili belirleyebilmelerine imkan vermesidir (Stevens vd., 2016). Böylece en doğru hedef kitleye ulaşabilmeleri mümkün olabilmektedir. Yapılacak analizler ve doğru hedeflemeyle reklam verenlerin doğru içeriği, doğru zamanda, doğru kişilere ulaştırabilmesi mümkün hale gelir. Bu da

pazarlama iletişiminin kalitesini de, performansını da artırır. Programatik satın alım süreçlerinin gerçek zamanlı olarak ilerlemesi, reklam verenlere bütçelerini etkin kullanabilme ve süreç esnasında optimizasyon yapabilme esnekliği sunar. Bütçenin etkin kullanımı yatırımın geri dönüşünde gözle görülür artış sağlar.

Programatik satın alma süreci bir kullanıcının belirli bir web sitesine bağlanması ile başlar. Böylece, servis sunucuları arasında hem kullanıcının profiline ilişkin hem de reklam alanı uygunluğuna ilişkin bilgi alışverişi başlar. Reklam alanı uygunsa reklam alanı sunucusu yayıncının reklam envanterini kontrol eden tedarik taraflı bir platformla iletişime geçer. Bu platform reklam alanı uygunluğu bilgisini farklı ürün grupları ve potansiyel alıcıların bulunduğu bir reklam pazarı gibi işleyen reklam takas platformuna iletir. Reklam takas platformu talep taraflı platform, dijital reklam ağları veya diğer reklam takas platformlarının bir buluşma noktası gibi faaliyet gösterir. Bu platformlar kullanıcılarla ilgili detaylı bilgi, çok sayıda satıcı ve içerikle açık arttırma sürecinin etkinliğini artırır. Açık arttırmayı kazanan talep taraflı platform bilgiyi tedarik taraflı platformlara iletecek olan reklam yayıncısına gönderir. Böylece reklam doğru yerde ve doğru anda doğru kullanıcı ile buluşur (Schafer&Weiss, 2016; Martinez-Martinez ve diğ., 2017).

Programatik satın alma iki teknikle gerçekleşir. Bunlardan ilki doğrudan programatik, ikincisi ise gerçek zamanlı açık arttırmadır. Programatik reklamcılık söz konusu olduğunda, gerçek zamanlı açık arttırma en bilinen ve programatik denilince anlaşılan kavramdır (Martinez-Martinez ve diğ., 2017).

Programatik Satın Alma Ekosistemi ve Gerçek Zamanlı Açık Arttırma

Giderek daha sık duymaya başladığımız Gerçek Zamanlı Açık Arttırma (Real Time Bidding, RTB) yoluyla satın alma kavramı yaşanan kavram kargaşasından dolayı genelde programatik reklamcılığı tanımlamak için yanlış bir şekilde kullanılmaktadır. Yanlış anlaşılmaya neden olan gerçek zamanlı açık arttırma yönteminin programatik reklamcılığın yerine kullanılabilecek bir terim değil, programatik reklamcılık ekosisteminin bir parçası olmasından kaynaklanmaktadır.

Programatik reklamcılık gerçek zamanlı açık arttırmadan farklıdır. Bütün gerçek zamanlı satın alımlar programatik satın alma olsa da, bütün programatik reklam satın alımları gerçek zamanlı satın alım değildir (Rodríguez- Silgado, 2017). Programatik ekosistemi, Gerçek Zamanlı Teklif Verme dışında Ad Exchange, talep yönlü platformlar, arz yönlü platformlar ve satın alma masası ögelerinden oluşmaktadır. Ad Exchange veya Reklam Borsaları, reklam verenlerin alım-satım için buluştukları, farklı borsalar üzerinden satın alım yapılmasına izin verilen teknolojiye sahip pazar yerleridir. Burada yapılan ticaretten reklam eşleşmesini gerçekleştiren network, her işlem için komisyon alır. Programatik Satın Alma'ya dahil olan Adtech, AOL, App Nexus, Double Click, Exchange Lab, Open X, Pubmatic, Rubicon, Yahoo, Yield Lab, Yield Partners gibi binlerce Ad Exchange vardır.

Tablo 1. Gerçek Zamanlı Açık Arttırma ve Programatik Reklamcılık Kıyaslaması

Gerçek Zamanlı Açık Arttırma	Programatik Reklamcılık
Reklam gösterimlerinin alım ve satımı sadece gerçek zamanlı yapılır	Gerçek zamanlı satın almaları da içerir, fakat gerçek zamanlı olmayan anlaşmalar da yapılabilir
Özellikle tekliflere dayalı biçimde çevrimiçi alım ve satım	Açık arttırmaya dayalı alım ve satımı ve ya daha önceden yapılmış anlaşmalar yoluyla satışı içerir
Alış ve satış odaklanır.	Programatik, gerçek zamanlı olarak açık arttırmadan önce ve açık arttırmada veri işlemeyi içerir. Kitle verileri, yalnızca bir kullanıcı profiliyle ilgili alanların teklifine aktarılır.
Açık arttırmada fiyat, saniyenin binde birinde belirlenir ve her izlenim için farklıdır.	Fiyat, açık arttırmada gerçek zamanlı olarak belirlenir, ancak açık arttırmadan sabit bir fiyattan da satın alınabilir.
RTB esnasında insan müdahalesi yoktur. Sadece teknoloji müdahale eder.	Programatik reklamcılığın karar verme aşamalarında insan etkisinin büyük rolü vardır.

Kaynak: Carrillo-Durán, M. V., & Rodríguez-Silgado, A. (2018). El ecosistema programático. La nueva publicidad digital que conecta datos con personas. El profesional de la información, 27(1), 195-201.

Gerçek Zamanlı Açık Arttırma reklam verenlerin, reklam alanı satın almak için, daha önceden belirlenmiş şartlar altında değil de, gerçek zamanlı olarak girdiği açık arttırma şeklinde yürütülen ihalelerdir. Gerçek zamanlı açık arttırma çalışma şeklini adım adım incelemek işleyişini anlamamıza yardımcı olacaktır.

Bir yayıncı web sitesine reklam ünitesi yerleştirilir. Kullanıcı siteyi ziyaret ettiğinde ziyaretçinin profili çerezler aracılığıyla tanımlanır. Kullanıcıya uygun reklamın çıkarılması için reklam network bu reklam gösteriminin satışını arz yönlü platformlara yollayarak reklam gösteriminin yapılması için reklam satın alımı talep eder. Ad Exchangeler ve arz yönlü platformlar, yayıncıya ait demografik özellikler gibi belirli bilgileri de dâhil ederek açık arttırmaya çıkarır ve reklam verenlere tekliflerini sorar.

Talep yönlü platformlar kullanarak reklam alanı için farklı teklifler sunan reklam verenler arasında en yüksek CPM yani mil başına gösterim değerine sahip reklam veren açık arttırmayı kazanır. Açık arttırmayı kazanan reklam verenin reklamı belirtilen reklam alanında web sitesini ziyaret eden kullanıcıya gösterilir.

Gerçek Zamanlı Açık Arttırmalar, her zaman tüm reklam verenlere açık şekilde yapılmaz. Açık arttırma (open auction) olarak adlandırılan tüm katılımcılara açık olan açık arttırmaların yanı sıra belirli kısıtlamaların ve standartların oluşturulduğu özel açık arttırma ve tercih edilen anlaşma yöntemleri gibi metotları da mevcuttur.

Özel açık arttırmalar (private auction), programatik reklamcılığın yayıncılara sunduğu avantajlardan biridir. Gerçek zamanlı satın alımlarda herkese açık olan açık arttırmalar dışında yayıncıların özel açık arttırmalar olarak nitelendirilen filtrelenmiş açık arttırmalar yapmaları da mümkündür. Yayıncılar istedikleri reklam verenlerden ya da kategorik olarak belirli sınıflandırmalara tabi olmuş markalar arasında açık arttırma yaptırarak kendileri için en avantajlı reklamın satışını sağlayabilirler. Ayrıca oluşturulan bu premium açık arttırma için taban fiyat belirleyerek, seçili yayıncıları kendi aralarında rekabet ettirebilir ve açık arttırmada en yüksek fiyattan reklam satışının gerçekleşmesine neden olabilirler.

Tercih edilen anlaşma (preferred deal), reklam verenler ile yayıncılar arasında yayınlanacak olan reklam konusunda her türlü anlaşmanın direkt olarak yapılabilirdiği bir sistemdir (Ur13). Öncelikli ya da tercihli anlaşmalar olarak da adlandırabileceğimiz bu sistemde, reklam ünitesinin ebatı, web sitesinde yerleşimi ve hedef kitlesi gibi konuların tartışılarak her iki taraf içinde uygun şartları meydana getirilir. Sonrasında, gösterim miktarını baz alarak belirledikleri bir sabit fiyat üzerinden satışı yaparak reklam gösterimleri gerçekleştirilir. Programatik reklamcılıktan önce de yapılan tercihli anlaşmalardan farkı programatik reklamcılıkla birlikte DSP ve SSP sistemleri üzerinden çok daha hızlı, güvenli ve efektif bir şekilde gerçekleştirilmeye başlanmasıdır.

Yayıncılar Açısından Programatik Reklamcılık

Web siteleri, yayıncıların programatik ekosistemine dahil olarak kazançlarını arttırabilmesi adına programatik ekosistemini kullanarak reklamlarını yayınlamak isteyen reklam verenlerin de tüketiciye kaliteli bir mecrada ulaşmasına imkan veren fiziksel ortamlardır. Daha önce bahsedilen programatik reklamcılığın avantajlarından faydalanmak isteyen yayıncıların diğer süreçleri de tamamlayıcı faktör olarak görmesi ve sürece entegre etmesi gerekmektedir.

Optimizasyon, bir sistemde var olan işgücü, zaman, kapital, süreçler, hammaddeler, kapasite, ekipman gibi kaynakların en verimli şekilde kullanılarak maliyetlerin minimize edilmesi, kârın, kapasite kullanımının ve verimliliğin maksimizasyonu gibi amaçlara ulaşmayı sağlayan bir teknoloji olarak düşünülebilir (Gass, 2000). İnternet reklamcılığı ve reklam gelirlerinin optimizasyonu söz konusu olduğunda Gass'ın tanımında da bahsedildiği gibi mevcut imkan ve araçlar kullanarak kapasitenin mümkün olan en üst seviyeye çıkılmasına yarayacak ve karı maksimum seviyede tutacak süreçlerin tasarlanması ve uygulanmasıdır. Optimizasyon süreci statik bir yapıya değil, dinamik bir yapıda süre gelen süreçlerin devam ettirilmesiyle başarıya ulaşır. Reklam geliri optimizasyonu teknik altyapı, sitenin içeriği ve tasarımı, Arama Motoru Optimizasyonu (SEO), ideal yerleşim (layout) ve ürün/marka yerleştirmenin seçilmesi ve sonrasında performans analizini de kapsayan, birbirlerini tamamlayan ve destekleyen süreçlerden oluşmaktadır.

Yayıncılar tarafından sıklıkla programatik kapsamında kullanılan reklamlar açısından net bir ayırım bulunamamakla birlikte temelde doğal reklamların, metin içi

reklamların ve video şeklindeki reklamların programatik reklamcılıkta kullanıldığı söylenebilmektedir. Doğal Reklamlar (Native Ads), reklam ünitelerinin, içeriğe sonradan eklenmiş gibi değil de, içeriğin bir parçasıymış gibi estetik unsurlar gözetilerek, içerikle uyumlu bir şekilde yerleştirilmesidir (Arslan, 2019). Bu reklamlar tüketiciyi rahatsız etmeden sitenin dokusuna ve içeriğine uygun şekilde tasarlanarak sunduğundan birçok yayıncının tercih ettiği, trend haline dönüşmüş bir reklam modeli haline gelmiştir. Metin İçi Reklamlar, anahtar kelime kullanılarak bağlantı kurulması sağlanan reklamlardır (Erdem, 2017). Tüketici ilgilendiği bağlantılı anahtar kelimenin üzerine geldiğinde reklam kutularının açılmasıyla reklam gösterimi gerçekleştirilir. Özellikle ürün satışına yönlendirme yapılmak istenen e-ticaret sitelerinde kullanılır. Video Reklamları, Youtube, sosyal medyada en ilgi gören araçlardan biri haline gelince yaygınlaşan video reklamları bir içeriği izlemeden önce, sırasında ve sonrasında açılan atlanabilen veya atlanamayan türleri bulunan reklam içerikleridir. Süresi 5 saniyeden 30 saniyeye kadar çıkabilmekte ve reklam gösterilirken tıklama yapılarak ilgili siteye gidilebilmektedir. Banner reklamlara kıyasla görsel ve işitsel açıdan zengin içeriğe sahip video reklamları etkili bir reklam aracı olarak görülmektedir. Genel olarak, içerik öncesi gösterilen reklamlar, gösterim sırasında kullanılan reklamlar, gösterim sonrası reklamlar, bannerlara eklenen video reklamlar, sayfalara eklenen video reklamlar, metin içi video reklamlar ve oyun içi video reklamlar şeklinde uygulanır.

Belirli bir takipçi kitlesine hitap eden ve programatik reklam çeşitlerini kullanan yayıncılar gelir ederler ancak sadece reklam yerleştirmeleri yapmış olmak başarılı bir yayıncı olarak kabul edilmek için yeterli değildir. Takipçi trafiğinin gelire dönüştürülmesi kadar mevcut trafiğin verimli kullanımıyla potansiyelinin altında gelir getirmemesinin garantilenmesi de önemlidir.

Reklam Verenler Açısından Programatik Reklamcılık

Programatik reklamcılığın ekosistemi açıklandıktan sonra reklam verenlerin neden programatik reklam yapmalarının gerektiği sorusuna odaklanılarak, programatik reklamcılığın reklam verenler açısından faydalarını anlamak gerekir. Programatik reklamların reklam verenler açısından avantajları şeffaflık, ulaşılabilirlik, maliyet ve verimlilik, güvenilirlik ve tutarlılık sağlar (Busch, 2016).

Manuel reklam satın alımlarında kabul edilmiş statik veriler üzerinden analizler yapılmaktayken programatik reklamcılık reklam verenlere satın alım yaptıkları kampanya hakkında ayrıntılı ve şeffaf bilgiye ulaşabilmenin yolunu açmıştır. Tüketicinin tercihlerinin anlık güncellemelerle takip edilmesi, reklam verenlerin bütçelerinin her bir kuruşunu nerede ve nasıl harcadığının cevabını kolayca bulabilmesini sağlamıştır (Stevens ve diğ., 2016). Bilgide şeffaflık başarının ölçülmesini ve rasyonel olarak değerlendirilmesini kolaylaştırmaktadır. Doğru değerlendirme ise elbette başarılı kampanyaların oluşumuna ve reklam verenlerin başarılı tutundurma faaliyetlerini yürütmesi adına programatik reklamcılığın sağladığı önemli bir avantajdır.

Ulaşılabilirlik, programatik ağına dâhil olan yayıncıların giderek artmasıyla reklam verenlerin ulaşım alanının artması anlamına gelir. Dünyanın herhangi bir yerine reklamlarını ulaştırmak isteyen bir markanın somut verilere ulaşarak yatırım kararlarına şekil verebilmesi için kapsamının ve yaratacağı etkinin ne kadar uçsuz bucaksız olduğunun bir örneğidir. Reklam verenlerin ulaşılabilirliği ile programatik reklamcılığın erişim ağı arasındaki bu doğru orantılı ilişki reklam verenleri programatik satın alımı konusunda en cazip avantajlardan birdir. Kısacası programatik reklamcılık ağının büyümesi reklam verenler için dünyanın küçülmesi anlamına gelmektedir.

Maliyet ve verimlilik, gerçek zamanlı açık artırma ve programatik reklamcılığın önemi konusunda sıkça dile getirilen, en önemli avantajlarından biridir (Martinez ve diğ., 2017). Reklam verenlerin aynı, hatta daha az bir bütçe ile çok daha etkin bir reklam kampanyası yürütüyor olması bu söylemin ne kadar haklı bir yaklaşım olduğunun somut göstergesidir.

Güvenilirlik ve Tutarlılık, reklam verenlerin şikâyetçi olmaması açısından önemlidir. Reklam verenlerin şikâyetçi olduğu konularında biri satın alınan reklam alanlarının herhangi bir standarda sahip olmaması nedeniyle, reklam yapmak isterken zaman zaman yapılan reklamın etkisinin olumludan ziyade negatif bir marka imajı oluşturmasıdır. Google ve IAB Tech birlikte yaptığı çalışmalar sonucu getirdiği standartlar ve düzenlemeler bu problemin çözümüne yönelik önemli adımlar atmışlardır. Bu düzenlemeler sadece reklam verenleri değil yayıncılara, kullanıcılara ve sunulan hizmetin kalitesine de olumlu etkiler yaratır.

Tüketiciler Açısından Programatik Reklamcılık

Pazarlamanın odağını oluşturan tüketici istek ve ihtiyaçları dinamik bir yapıdadır. Küreselleşmenin ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle tüketicilerin bu istek ve ihtiyaçları da çeşitlilik göstermekte ve hızla değişmektedir. Tüketiciler açısından hız, değişen zevklere ve yaşam tarzına uygun mesajlarla doğru kaynakta ve doğru anda karşılaşabilme programatik reklamcılığın klasik reklamcılığa göre üstün yönleri arasındadır. Özellikle mobil cihazların tüketicilerin günlük yaşamının en önemli parçalarından biri haline gelmesiyle konum bazlı servisler kullanılarak doğru yerde, doğru zamanda, geçmiş alışveriş istatistikleriyle, doğru ürün potansiyel müşterilerine 7/24 mümkün olan en kişiselleştirilmiş haliyle, son derece kişisel bir kaynak olan cep telefonları aracılığıyla ulaştırılabilmektedir. Tüketicilerin ilgilendikleri alanlardan kişiselleştirilmiş tekliflerle buluşmaları pazarlamada istek ve ihtiyaçlarını tatmin ve ilişki tesisi konusunda gelinmiş en ileri noktadır.

Günümüzde tüm dijital reklamcılığın yaklaşık %65'i bir makine tarafından satılıp bir makine tarafından alınırken (Ur14) programatik reklamcılığın tüketici davranışları üzerinde ve satın alma karar süreçlerinde de pozitif etkilerinin olması beklenmesine (Watts, 2016) karşılık konuyla ilgili bulgular oldukça kısıtlıdır. Bunun temel sebebi tüketicilerin henüz programatik reklamcılık kavramıyla ilgili yeterli bilgiye sahip olmamasıdır. IAB (2015) anketinde katılımcıların %47'si "programatik reklamcılığın ne

olduğunu bilmiyorum veya ne olduğundan tam olarak emin değilim” diyerek konu ile ilgili bilgi düzeylerini belirtmişlerdir. Her ne kadar doğrudan programatik reklamcılığa ilişkin tüketici tutumları ve/veya satın alma niyetiyle ilgili derinlemesine anlayış sağlayacak kalitatif veya kantitatif sonuçlar şu an için mevcut olmasa da Rescek ve diğ. (2016) tüketicilerin geçmiş çevrimiçi davranışlarını bölümlene kriteri olarak kullanarak oluşturulan pazar bölümlerinin sosyal etiketler gibi rol oynadığı bulgusuna ulaşmıştır. Ayrıca, Watts (2016), programatik reklamcılık sektöründen üç uzmanla yaptığı derinlemesine mülakatlarla ve 60 katılımcıyla ile gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen verilerle yaptığı araştırmada programatik reklamcılığın çevrimiçi tüketicilerin satın alma niyeti üzerinde etkili olduğunu ve programatik reklamcılıkla tutundurulan markalara daha olumlu tutum geliştirdiklerini belirtmiştir.

Programatik reklamcılık, tüketiciler açısından sağladığı faydalar kadar üzerinde düşünülmesi gereken etik problemleri de gündeme getirebilmektedir. Örneğin internet ortamında çerezler ve coğrafi konum kullanımları saldırgan bir yapıda hatta istilacı olarak değerlendirilebilmektedir (Palos-Sanchez ve diğ., 2019). Kullanıcıların ilgi alanlarını analiz eden algoritmalar kullanarak ilgili zamanlarda veya kullanıcının web sitelerini ziyaret ettiği geçmiş kullanımlarda kullanıcıların ilgilendikleri ürünleri beğeniye sunar. Sonuçların olumlu ve olumsuz çıktıları düşünülerek süreçlerin tanımlanması, tüketicilerin çıkarlarının korunması ve işletmelerle sürdürülebilir ve değer yaratan ilişkiler kurulabilmesi açısından önemlidir. Martinez-Martinez ve diğ. (2017) programatik reklamcılığı tüketicilerin kişisel gizliliği açısından ele aldıkları çalışmalarında profesyonellerin görüşleriyle kullanıcıların algıları arasındaki çelişkileri belirlemişlerdir.

Kişisel verilerin gizliliği ve izinli pazarlama internet, sosyal medya hesapları ile önemi artan ve programatik reklamcılıkla da anılan kavramlardır. İşletmeler internetten ve mobil mecralardan tüketicilere ilişkin oldukça fazla veri toplayabilmektedir. Bu durum zaman zaman gizlilik ihlallerine neden olabilir. Bu kişisel bilgilere ulaşabilmek dolandırıcılık, gizlilik ihlali, tüketicilerce arzu edilmeyen pazarlama iletişimi kurulması ve kişilerin günlük işlerini olumsuz yönde etkileyebilecek sıklıkta iletişime geçmek gibi olumsuzluklara neden olabilir. Temelde tüketici istek ve ihtiyaçlarını daha doğru olarak anlayarak daha üstün hizmet kalitesi sağlamak amacıyla toplanan veriler çözüm ortaklarıyla paylaşılabilir, üçüncü parti işletmelere analiz için satılabilir veya kötü niyetli kişi veya yazılımlarca çalınabilir (Zeren, 2019). Bu tür durumları önleyebilmek için işletmeler çeşitli yollarla kendilerini ve kullanıcılarını korumaya çalışmaktadırlar. Bu yollardan biri de izinli pazarlamadır. Godin (1999) tarafından ortaya atılan izinli pazarlama, pazarlamacıların tüketicilere bir pazarlama mesajı iletmeden önce tüketicilerin rızasını aldıkları bir pazarlama uygulaması olarak düşünülebilir. Ayrıca Google reklam verenlerin marka imajlarını koruma, yayıncıların hizmet kalitesini artırma ve kullanıcılara zengin bir deneyim sağlayabilmek adına standartlar belirlemiş ve kurallar çerçevesinde programatik reklam yayıncılığı yürütülmesine destek vermektedir.

Sonuç

Günümüz rekabetçi pazarlarında rakiplerinden farklılaşmak, tüketicilerinin dilinden konuşarak onların istek ve ihtiyaçlarıyla uyumlu teklifler geliştirmek isteyen işletmeler, bu yeni rutinlere adapte olmuşlardır. Bu durum işletmelerin hedef kitlelerine yalnızca doğru mesajı iletmelerinin yeterli olmadığını, ayrıca doğru mecraı kullanarak ulaşmanın da gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Pek çok işletme web sitesi, mobil uygulaması, sosyal medya hesapları ve blogları ile tüketicilerle birebir iletişim halindedirler. Son yıllarda gündeme gelen bir kavram olan programatik reklamcılık uygulamaları ise doğru mesajın, doğru mecra aracılığıyla, doğru kişiye, doğru zamanda kullanıldığı her mecraın iletişim, satış gibi performansına katkı sağlayan çıktılarının etkinliğini artırma potansiyeline sahip programatik reklamcılığın tanım, terim, işleyiş ve temel kavramlarına odaklanarak konunun tüm açılardan ele alınarak anlaşılması amacı taşımaktadır. Bunu yaparken programatik reklamcılığı reklam verenler açısından, yayıncılar açısından ve tüketiciler açısından ele alarak değerlendirmektedir. Bu yönüyle çalışmanın en önemli katkısı, uygulamada kullanımı hızla yaygınlaşan, akademik düzlemde de yeni yeni çalışılan dinamik bir alan olan programatik reklamcılığa 360 derece bakış açısı sağlamaya çalışan öncü bir çaba olmasıdır.

Programatik reklamcılık verilerin işlenmesiyle mevcut reklamcılık ekosistemindeki araç, yöntem ve stratejilerinin etkinliğini arttıran bir teknolojidir. Gelişmiş ülke pazarlarında dijital reklamcılık harcamalarının en büyük kalemini oluşturmaktadır (Url5). Türkiye’de ise dijital teknolojiler ve mobil mecralara düşkün genç tüketici kitlesine rağmen gelişiminin giriş aşamalarında. Düşününün aksine programatik reklamcılık sadece web siteleri, sosyal medya ve mobil uygulamalarda değil, çevrimiçi gazeteler açısından (Çetinkaya, 2016) ve televizyon reklamcılığında da (Malthouse ve diğ., 2018) önemli reklam modellerindedir. Bu nedenle gelecekte bu mecralardaki uygulamalarına yönelik hem işleyiş hem de tüketici açısından katkı sağlayacak çalışmaların da yaygınlaşması beklenmektedir.

Reklam verenler ve yayıncılar açısından ele alındığında programatik reklamcılık, elbette her yenilik gibi pazarın yapısında değişikliğe neden olacaktır. Bu değişiklikler, başlarda özellikle küçük çaplı yerel işletmelerin entegrasyonunda bir takım sıkıntıların yaşanmasına neden olabilir. Bu nedenle yapılması gereken verilerin işlenmesine odaklı akıl setinin benimsenmesiyle, alanın uzmanlarının yetiştirilmesiyle mümkün olacaktır. Bu süreç bütçe kısıtlamaları, yetersiz bilgi ve yeni teknolojilere adaptasyona direnç gibi nedenlerle istenenden uzun sürebilir. Ancak, özellikle rekabetçi pazarlarda varlık gösterebilmek veya mevcut varlığı sürdürebilmek günümüzde yeni teknolojilere er ya da geç adaptasyonla mümkün olabilmektedir. Genç nüfusa ve yenilikçi işletmelere sahip ülkemizde programatik reklamcılık kısa sürede yaygınlaşacaktır. Bu bağlamda programatik reklamcılığa ilişkin eğitimlerin artması sektörde kalifiye elemanların yetişmesine katkı sağlayacaktır.

Programatik reklamcılığı tüketici davranışları açısından ele aldığımızda; sağladığı pek çok avantaja karşılık kişisel bilgilerin gizliliğinin ilgili yazında da öncelikli olarak değerlendirilmesi gereken bir konu olduğu görülmektedir. Aslında yapılan araştırmalar dijital mecralarla ilgili tüm alanlarda kişisel bilgilerin gizliliğinin en önemli hassasiyetleri olduğunu gösterse de tüketicilerin çevrimiçi veya dijital platformlardaki davranışlarının bu hassasiyeti yansıttığı söylenememektedir. Bu nedenle gelecek çalışmaların kişisel gizlilik paradoksu, algılanan risk, algılanan fayda alanlarına odaklanarak programatik reklamlara yönelik tutum ve niyeti anlamaya çalışması önerilebilir.

Programatik reklamcılık kendi içerisindeki gelişimini ve dönüşümünü sürdürerek öncelikle sektöründeki değişimlere öncülük etmektedir. Bununla birlikte pazarlamanın genelinde yaşanabilecek değişikliklere ön ayak olabilecek, yön verecek potansiyeli de sahiptir. Yarattığı yenilikler ve programatik öncesi döneme göre sağladığı avantajları göz önüne alındığında programatik reklamcılığın yayıncılar ve reklam verenler perspektifinden işleyiş şeklinin anlaşılması son derece kritik önem arz etmektedir. İlgili yazın açısından henüz yeni bir araştırma konusu olan programatik reklamcılık reklam harcamalarındaki artışını sürdürerek akademik alanda da daha fazla ilgi görecektir. Bu artış beklentisinin nedeni temelde mobil reklamların yıldan yıla artışı, Programatik TV reklamcılığı gibi yeni hizmetlerle kendi içerisindeki alternatifleri zenginleştirilmesi olabilir. Ayrıca teknolojiyi kullanabilmek için yeterli bütçelere sahip medya devlerinin yapay zekayı programatik reklamcılığa her geçen gün biraz daha dahil ediyşle programatik reklamların dünyadaki toplam reklamlar miktarı içerisinde kapsadığı pay artmaktadır. Ayrıca özellikle son 2 yıl içerisinde reklam sahteciliğine karşı atılan yasal adımlarla edinilen pozitif geribildirimler bundan sonraki dönemlerde de benzeri uygulamaların artarak devam edeceğinin ve programatik reklamcılık ekosisteminin tüm paydaşları üzerinde güven inşa edecek bir ortam sağlanacağına göstergelerindedir. Tüm bu gerekçelerle ilgili yazının da konuya ilgisiz kalması mümkün olmayacaktır. Ampirik ve kavramsal çalışmalarla desteklenecek yazın; bu alandaki tüketici davranışlarının anlaşılmasından, kişisel gizliliğin korunmasında, işletmelerin daha etkin reklam stratejilerine ulaşmasından, programatik reklam harcamalarında yatırımın geri dönüşüne, karlılığa ve müşteri ilişkilerine katkısı gibi pek çok konuda daha zengin bir anlayışa sahip olunmasına imkan sağlayabilecektir.

Kaynaklar

- Arslan, E. (2019). Sosyal Medyada Yeni Bir Reklam Modeli Olarak Kullanılan Native (Doğal) Reklam. *PressAcademia Procedia*, 9(1), 269-273.
- Aslam, B., & Karjaluoto, H. (2017). Digital advertising around paid spaces, E-advertising industry's revenue engine: A review and research agenda. *Telematics and Informatics*, 34 (8), 1650-1662.
- Belanche, D., Flavián, C., & Pérez-Rueda, A. (2017). Understanding interactive online advertising: Congruence and product involvement in highly and lowly arousing,

- skippable video ads. *Journal of Interactive Marketing*, 37, 75–88. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2016.06.004>.
- Busch, O. (2016). *Programmatic advertising*. Springer.
- Chen, Y., & Zahedi, F. M. (2016). Individuals' internet security perceptions and behaviors: Polycontextual contrasts between the United States and China. *MIS Quarterly*, 40 (1)
- Cui, Y., Zhang, R., Li, W., & Mao, J. (2011). Bid landscape forecasting in online ad exchange marketplace. *Proceedings of the 17th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining - KDD*. 11<https://doi.org/10.1145/2020408.2020454>.
- Carrillo-Durán, María-Victoria; Rodríguez-Silgado, Ana (2018). El ecosistema programático. La nueva publicidad digital que conecta datos con personas, *El profesional de la información*, 27 (1), 195-201.
- Erdem, M. N. (2017). Dijital çağda kültür, yeni tüketici kapitalizmi ve reklam anlatısı.247-259.
- Gass, S.I. (2000), Making Decisions with Precision, *Business Week*, October 30. (http://www.businessweek.com/archives/2000/b3705139.arc.htm?campaign_id=search#B3705139), son erişim tarihi: 1 Şubat 2006..
- Gilardoni, Claudia (2013). “La información ¿es poder?”. *Infotecarios*, 5 febrero. <http://www.infotecarios.com/la-informacion-es-poder>
- Godin, S. (1999). *Permission marketing: Turning strangers into friends and friends into customers*. Simon and Schuster.
- Huang, Y. (2018), The female gaze: Content composition and slot position in personalized banner ads, and how they influence visual attention in online shoppers, *Computers in Human Behavior*, 82, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.038>.
- İplikçi, H. G. ve Batu, M. (2018), Dijital İletişim ve Çocuk: Türkiye’de Çocuk Web Sitelerindeki Reklamlara Yönelik Bir İçerik Analizi, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL) Kasım* (30), 242-256.
- Jung, Y., Pawlowski, S. D., & Kim, H. W. (2017), Exploring associations between young adults' Facebook use and psychological well-being: A goal hierarchy approach, *International Journal of Information Management*, 37(1), 1391-1404. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.10.005>.
- Kireyev, P., Pauwels, K., & Gupta, S. (2016). Do display ads influence search? Attribution and dynamics in online advertising. *International Journal of Research in Marketing*, 33(3), 475–490. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.09.007>.
- Leal-Rodríguez, A. L., Eldridge, S., Roldán, J. L., Leal-Millán, A. G., & Ortega-Gutiérrez, J. (2015), Organizational unlearning, innovation outcomes, and performance: The moderating effect of firm size, *Journal of Business Research*, 68(4), 803–809. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.032>.

- Lee, K., Jalali, A., & Dasdan, A. (2013). Real time bid optimization with smooth budget delivery in online advertising. Proceedings of the Seventh International Workshop on Data Mining for Online Advertising - ADKDD 13 <https://doi.org/10.1145/2501040.2501979>.
- Malthouse, E. C., Maslowska, E., & Franks, J. U. (2018). Understanding programmatic TV advertising. *International Journal of Advertising*, 37(5), 769-784.
- Martínez-Martínez, Inmaculada J.; Aguado, Juan-Miguel; Boeykens, Yannick (2017). "Ethical implications of digital advertising automation: The case of programmatic advertising in Spain". *El profesional de la información*, 26 (2), 201-210.
- Miralles-Pechuán, L., Ponce, H., & Martínez-Villaseñor, L. (2018). A novel methodology for optimizing display advertising campaigns using genetic algorithms. *Electronic Commerce Research and Applications*, 27, 39–51. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.11.004>.
- Ning, H., Liu, H., & Yang, L. T. (2013). Cyberentity security in the internet of things. *Computer*, 46(4), 46e53. <https://doi.org/10.1109/mc.2013.74>.
- Palos-Sanchez, P., Martin-Velicia, F., & Saura, J. R. (2018). Complexity in the acceptance of sustainable search engines on the internet: An analysis of unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS. *Complexity*, 2018, 1–19. <https://doi.org/10.1155/2018/6561417>.
- Palos-Sanchez, P., Saura, J. R., & Martin-Velicia, F. (2019). A study of the effects of programmatic advertising on users' concerns about privacy overtime. *Journal of Business Research*, 96, 61-72.
- Perker, B. C. (2018), Return on Investment in Mobile Marketing Applications (ROI) / Mobil Pazarlama Uygulamalarında Yatırımın Geri Dönüşü (ROI) in: Case Studies in Business and Sport Sciences, Ijopec Publication: UK.
- Qin, R., Yuan, Y., & Wang, F. (2017). Exploring the optimal granularity for market segmentation in RTB advertising via computational experiment approach. *Electronic Commerce Research and Applications*, 24, 68–83. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.07.001>.
- Reczek, Rebecca, Smith, Robert and Summers, Christopher (2016) "An Audience of One: Behaviorally Targeted Ads as Implied Social Labels.". *Journal of Consumer Research*
- Rodríguez-Silgado, Ana (2017). La publicidad programática. El futuro de la publicidad digital. Trabajo fin de grado. Universidad de Extremadura. <http://hdl.handle.net/10662/5316>
- Schäfer, A. & Weiss, O. (2016), Understanding Demand-Side-Platforms” in: Programmatic advertising. Berlin, Springer International Publishing, pp. 75-86. ISBN: 978 3319250236
- Shan, L., Lin, L., Sun, C., & Wang, X. (2016). Predicting ad click-through rates via feature-based fully coupled interaction tensor factorization. *Electronic Commerce*

- Research and Applications, 16, 30–42.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.01.004>.
- Stevens, A., Rau, A., & McIntyre, M. (2016). Integrated campaign planning in a programmatic world. In *Programmatic Advertising* (pp. 193-210). Springer, Cham.
- Taylor, C.R. (2015). The Six Principles of Digital Advertising, *International Journal of Advertising*, 28(3).
- Tuzcu, N., Özdemir, Ş., & Baysal, H. (2018). Yerel Firmaların Markalama Sürecinde Dijital Reklamcılık Deneyimi: Vavin Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29. Özel Sayısı), 374-392.
- Watts, M. (2016). *Programmatic Advertising: Shaping Consumer Behavior or Invading Consumer Privacy?* (Doctoral dissertation, The Ohio State University).
- Yılmaz, R. (2017). Türkiye’de reklam anlatısının dijital çağdaki yapısal dönüşümü. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, 263-267.

İnternet Kaynakları

- IAB 2015, "Programmatic Advertising & the B2B Marketer." (2016): n. pag. Interactive Advertising Bureau, Erişim Tarihi: 06 Haziran 2019
- IAB 2018a, https://www.iabturkiye.org/UploadFiles/Reports/IAB%20Turkiye_DREK_05072017164528.pdf, Erişim Tarihi: 04 Haziran 2019
- IAB 2018b, https://www.iab.com/wp-content/uploads/2018/05/IAB_Programmatic-In-Housing-Whitepaper_v6.pdf, Erişim Tarihi: 05 Haziran 2019
- IAB, 2018c, <https://www.iabturkiye.org/iab-turkiye-2018-dijital-reklam-yatirimlarini-acikladi>, Erişim Tarihi: 10 Haziran 2019
- URL1, <http://www.programatik.com/blog/programatik-2017-programatik-satin-almada-hedefleme-secenekleri.aspx>, Erişim Tarihi: 06 Haziran 2019
- URL2, <https://hypeoveradvertising.com/programatik-reklamcılık-hakinda-her-sey-17f2067a475> Erişim Tarihi: 05 Haziran 2019
- URL3, <http://www.tvreklam.com.tr/reklam-sozlugu> Erişim Tarihi: 10 Haziran 2019
- URL4, <https://zenithmedia.com/65-of-digital-media-to-be-programmatic-in-2019>. Erişim Tarihi: 10 Haziran 2019
- URL5, <https://www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-2019>. Erişim Tarihi: 10 Haziran 2019

BORSA İSTANBUL İNŞAAT ŞİRKETLERİNİN PAY GETİRİLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ

Serkan Yılmaz KANDIR¹
Ecem ÖZHAN²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, KFE ve BİST 100 endekslerinin BİST’de işlem gören inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Çalışmanın yöntemi olarak basit regresyon kullanılmıştır. Analiz, 2014:2-2018:11 döneminde BİST’de faaliyet gösteren 9 şirket üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kullanılan regresyon modelinde; İnşaat şirketlerinin pay getirileri bağımlı değişken; BİST 100 endeksi ile KFE bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre BİST 100 endeksinin şirketlerin pay getirileri üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. KFE’nin ise inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerinde daha sınırlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Borsa İstanbul, İnşaat Sektörü, Konut Fiyat Endeksi, Regresyon Analizi

INVESTIGATING THE FACTORS THAT AFFECT STOCK RETURNS OF CONSTRUCTION COMPANIES IN BORSA ISTANBUL

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the factors that affect stock returns of construction companies that are listed in Borsa Istanbul. The sample includes 9 companies during 2014:2-2018:11 period. Stocks returns of construction companies are used as dependent variables, whereas Housing Price Index and Borsa Istanbul 100 Index are used as independent variables in the regression models. Empirical findings suggest that Housing Price Index has minor influence on stock returns, while Borsa Istanbul 100 Index appears to impact stock returns significantly.

Keywords: Borsa Istanbul, Construction Sector, Housing Priceindex, Regression Analysis

Giriş

İnşaat; topluma fayda sağlayan her türlü yer altı ve yer üstü yapıları kapsayan çok geniş bir hizmet alt sektörü olarak değerlendirilmektedir. İnşaat sektörü ise yoğun iş gücü kullanımı, sosyo-ekonomik refah düzeyine olan katkı sağlaması ve yüzlerce çeşit mal ve hizmet üretimiyle doğrudan bağlantılı olması nedeniyle faaliyet gösterdiği ülkenin ekonomik yapısı içerisinde önemli bir yere sahiptir (Koç vd., 2017, s. 644).

¹Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, skandir@cu.edu.tr, ORCID:0000-0003-1528-9460

²Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ecemozhan8@gmail.com, ORCID:0000-0002-7686-1099

Received/Geliş:19/06/2019 Accepted/Kabul:01/10/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Kandir, S. Y. ve Ozhan, E. (2019), “Borsa İstanbul İnşaat Şirketlerinin Pay Getirilerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.327-337.

İnşaat yatırımları ile ülke ekonomisi arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. İnşaat sektörü, içinde Türkiye'nin de bulunduğu ülkelerde hızla gelişme gösteren büyük bir sektör olma niteliğindedir. Temel işlevi konut üretimi olarak görülse de inşaat sektörü; baraj, liman, hastane, ticaret merkezi, yol ve köprü gibi altyapı çalışmalarını da içine almaktadır. İnşaat sektörü, bina ve bina dışı faaliyet gösteren, karayolu, demiryolu, havayolu, liman, baraj, köprüler vb. altyapı yatırımlarını da kapsayan oldukça geniş kapsamlı bir iktisadi faaliyet koludur. İnşaat sektöründe kullanılan girdiler ile bu girdilerin çeşitliliği ve istihdama katkı sağlaması bakımından sektörün piyasanın hareketliliğinde ve ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli bir rolü bulunmaktadır. Ayrıca, kamu ve özel sektör aracılığıyla yürütülen inşaat sektörü, bir bütün olarak diğer mal ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli olan altyapıyı ve üstyapıyı sağlamaktadır (Alper, 2017, s. 239).

İnşaatı fiilen gerçekleştiren birimler olan şantiyeler, inşaat firmaları vb. alanlar ile bunlara destek olan kamusal ve finansal kurumları kapsayan oldukça geniş bir sektör olma niteliği taşıyan inşaat sektörünün, dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemli bir yeri vardır. İnşaat sektörü, istihdam ve katma değer yaratması açısından üst düzeyde performans göstermektedir ve ülkemizde tarım sektöründen sonra gelen ikinci büyük sektördür. Yaklaşık %80'ini konut inşaatlarının oluşturduğu inşaat sektörü, kendisiyle bağlantılı birçok alt sektörün de hareketliliğini sağlamıştır. Türkiye'de yaklaşık 30 yıldır inşaat sektörü ve kendisine bağlı alt sektörler gelişme sürecindedir. Ayrıca Türkiye'de 2001 yılında yaşanan ekonomik krizden sonra ortaya çıkan ekonomik istikrar sürecinden en fazla faydalanan inşaat sektörü olmuştur (Çınar, 2018, s. 2-6).

İnşaat sektörü, ekonomik kriz dönemlerinde bu alana yapılan yatırım harcamaları artırılması ile finansal daralmadan bir çıkış yolu olarak görülmektedir. Piyasada hareketlilik sağlayan ve ortaya çıkardığı ürün çeşitliliği ile faaliyette bulunduğu alanlarda istihdam yaratan inşaat sektörü, kendisine bağlı 200'ün üzerinde alt sektörün ürettiği mal ve hizmete olan talebi dolayısıyla "ekonominin lokomotif" niteliğini taşımaktadır (Kaya vd., 2013, s. 150).

İnşaat sektöründe büyümeyi sağlayan temel etkenin konut satışları olduğu belirlenmiştir. Son yıllarda Türkiye'de inşaat sektörünün büyüme oranlarını incelediğimizde sektör büyümesi 2017 yılının ilk iki çeyreğinde yüzde 5,6 ve yüzde 5,5 oranında arttırmıştır. 2017'nin 3. çeyreğinde ise yüzde 18,7 ile son 3 yılın en yüksek büyüme oranını yakalamıştır. Belirtilen oranlar ile sanayi büyümesinin de önüne geçen inşaat sektörü, aynı dönemde sektör yatırımlarını da yüzde 12 düzeyinde arttırmıştır. (KPMG Sektörel Bakış-İnşaat, 2018, s. 8). 2018 yılında ise konut satışları bir önceki yıla göre yüzde 2,4 gerilemiş ve inşaat sektörü yüzde 1-2 oranında bir küçülme ile kapatmıştır (İMSAD-Aylık Sektör Raporu, 2019, s. 4).

Bu çalışmanın amacı, KFE ve BİST 100 endekslerinin BİST'de işlem gören inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerindeki etkisi araştırılmasıdır. Çalışma, 2014:2-2018:11 döneminde BİST'de kayıtlı 9 şirket üzerinde uygulanmıştır. Çalışmada basit regresyon modelinden yararlanılmış ve inşaat şirketi pay getirileri bağımlı değişken; KFE ve BİST 100 endeksi bağımsız değişkenler olarak tanımlanmıştır.

Çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. İzleyen bölümde ilgili literatür özetlenmiş, ardından kullanılan yöntem ve veriler açıklanmıştır. Daha sonra araştırma bulguları sunulmuş ve son bölümde sonuçlar yorumlanmıştır.

Literatür

İnşaat sektörünü konu alan çalışmaların genelinde başta milli gelir olmak üzere inşaat sektörü ile makroekonomik faktörler arasındaki ilişki araştırılmıştır. Konut fiyatları ile inşaat şirketlerinin performansları veya pay getirileri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaya tarafımızca rastlanılmamıştır. Lopes (1998), Afrika ülkelerinin analize dâhil edildiği çalışmada inşaat sektörü ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemiş ve inşaatın Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı ile kişi başına milli gelir düzeyi arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Esfahani ve Ramirez (2003), çalışmada altyapı ve inşaat harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiş ve altyapı harcamalarının ülke ekonomisini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Chang ve Nieh (2004), 1979-1994 dönemleri arasında Tayvan piyasasında inşaat faaliyetleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiş ve inşaat harcamaları ile GSYİH arasında iki yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Khan, Liew ve Ghazali (2013), 1991-2010 dönemleri arasında Malezya ekonomisinin büyümesi ile inşaat sektörü arasındaki ilişki incelenmiş ve sonuç olarak inşaat sektöründeki değişimlerin ülke ekonomisine doğrudan etki ettiği belirtilmiştir. Türkiye’de yapılan çalışmalar incelendiğinde ise Çelik (2007), Türk inşaat sektörü ve inşaat sektörünün ülke ekonomisine etkileri araştırılmış ve Türkiye’de inşaat sektöründe konut üretiminin artış olduğu yıllarda Gayri Safi Milli Hasıla’da (GSMH) artış olduğu belirtilmiştir. Ergeç ve Taşdemir (2008), Türkiye’deki özel inşaat çıktısı ile para politikası arasındaki nedensellik ilişkileri Granger nedensellik yaklaşımı ile analiz edilmiş ve sonuç olarak özel inşaat çıktısı ile para politikası göstergeleri arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Ezcan vd. (2012), inşaat sektöründe performans yönetimi kavramı incelenmiş ve sonucunda ise inşaat alanında performans yönetimi konusuna yönelik çalışmaların yetersiz olduğu belirtilmiştir. Özkan vd. (2012), inşaat malzemeleri verileri ile GSYİH arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda iki yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Kargı (2013), 2000-2012 dönemleri arasında yapılan çalışmada ekonomik büyüme ile konut edinimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda konut harcamalarının GSYİH’e karşı duyarlı olduğu ve konut piyasası ile ekonomik büyüme arasında yakın ilişki bulunduğu belirlenmiştir. Kaya vd. (2013), Türkiye’nin 1987-2010 dönemi verileri kullanılarak kamu ve özel sektör inşaat yatırımları ile ekonomik büyüme arasında sistematik bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda hem kamu kesimi inşaat yatırımlarından GSYİH’e doğru hem de GSYİH ile kamu kesimi inşaat yatırımlarından özel sektör inşaat yatırımlarına doğru işleyen tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Yalçın (2014), 2002-2012 yılları arasında inşaat sektöründe faaliyet gösteren şirketlerde aşırı güven ile borç düzeyi arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucunda aşırı güven ile borç düzeyi arasında istatistiksel olarak negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Alper (2017), kamu ve özel sektör tarafından inşaat sektörüne yapılan harcamaların ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini Türkiye ekonomisi açısından incelenmiş ve çalışma sonucunda yapılan

harcamalar ile Türkiye ekonomisi arasında nedensellik ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Çetin ve Doğaner (2017), 2011:01-2017:03 dönemleri arasında İnşaat Güven Endeksi ve Konut Fiyat Endeksi arasında nedensellik ilişkisi incelenmiş ve aralarında nedensellik ilişkisi bulunduğu tespit edilmiştir. Koç vd. (2017), çalışmada İnşaat Ciro Endeksi, İnşaat Üretim Endeksi, İnşaat İşgücü Girdi Endeksleri ve İnşaat Malzemeleri Sanayi Bileşik Endeksi'nin yıllar içerisindeki değişimi incelenerek Türkiye'deki inşaat sektörünün genel durumu değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye'de inşaat sektörünün hem üretim hacmi hem de ciro bakımından her yıl büyümesine rağmen sektöre olan güven ve beklentinin oldukça düşük seviyede olduğu sonucuna varılmıştır. Çınar (2018), çalışmasında genel itibari ile inşaat sektörü ile Türkiye ekonomisi arasındaki ilişki incelenmiştir. 1988-2017 dönemleri arası inceleme yapılan çalışma sonucunda Türkiye ekonomisi ile inşaat sektörü arasında yakın bir ilişki olduğu ve inşaat sektörünün birçok alt sektöre etki ettiği tespit edilmiştir.

Araştırma Yöntemi ve Veriler

Çalışmada 2014:2-2018:11 dönemleri arasında KFE ve BİST 100 endekslerinin BİST'de işlem gören inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmada yer alan paylar; ANELE, EDİP, ENKAI, KUYAS, ORGE, SANEL, TURGG, YAYLA, YYAPI olarak belirlenmiştir. Çalışmaya dâhil edilen paylara ait veriler Investing resmi adresinden, pazar faktörünü temsil eden BİST 100 endeks verileri BİST'den ve diğer bağımsız değişken olan KFE verileri ise TCMB Reel Sektör İstatistikleri'nden elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan araştırma yöntemi basit regresyon modelidir. Regresyon modelinde değişkenlerin aylık verileri kullanılarak analiz gerçekleştirilmiştir. 2014:2-2018:11 dönemlerinde uygulanan basit regresyon modelinde bağımlı değişken; inşaat şirketlerinin pay getirileri, bağımsız değişkenler; KFE ve BİST 100 endeksi olarak belirlenmiştir. Çalışmada şirketlerin pay getirilerini hesaplamak için aşağıdaki formülden yararlanılmıştır:

$$R_{i,t} = [(P_{i,t} - P_{i,t-1}) / P_{i,t-1}] \quad (1)$$

Burada;

- $R_{i,t}$: i payının t dönemdeki getirisini,
 $P_{i,t}$: i payının t dönemdeki fiyatını,
 $P_{i,t-1}$: i payının t-1 dönemdeki fiyatını ifade etmektedir.

Piyasa modeli, her bir pay getirisi ile piyasa getirisi arasında doğrusal bir ilişki olduğunu varsaymaktadır. Piyasa modeli aşağıdaki şekilde gösterilmektedir (Bodie vd., 2014, s. 259):

$$R_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_{i,t}R_{m,t} + e_{i,t} \quad (2)$$

Burada;

- $R_{i,t}$: Bir finansal varlığın veya menkul kıymetin t dönemdeki getirisi,
 $\alpha_{i,t}$: Piyasa getirisi sıfır iken menkul kıymet getirisinin beklenen en yüksek getirisi,
 $\beta_{i,t}$: Bir finansal varlığın veya menkul kıymetin t dönemdeki sistematik riskini,
 $R_{m,t}$: t dönemdeki pazar getirisi,
 $e_{i,t}$: Hata terimidir.

2014:2-2018:11 dönemleri arasında BİST’de işlem gören inşaat şirketlerinin pay getirilerini etkileyen faktörlerin araştırılmasına yönelik oluşturulan regresyon denklemi aşağıdaki gibi gösterilmiştir.

$$R_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 BİST100_t + \beta_2 KFE_t + e_{i,t} \quad (3)$$

Burada;

- $R_{i,t}$: i payının t dönemindeki getirisi,
 α_i : i varlığı veya portföyünün alfası,
 β_1 : Pay getirisinin BİST 100 endeksine olan duyarlılığı,
 $BİST100_t$: BİST 100 endeksinin t dönemindeki getirisi,
 β_2 : Pay getirisinin KFE endeksine olan duyarlılığı,
 KFE_t : Konut Fiyat Endeksi’nin t dönemindeki getirisi,
 $e_{i,t}$: Hata terimidir.

Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde BİST’de işlem gören inşaat şirketleri pay getirileri ile KFE ve BİST 100 endeksi arasındaki ilişki incelenmiştir. Analizlere ilk olarak çalışmada yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait özet istatistikler ile başlanmıştır. İkinci aşamada açıklayıcı değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı incelenmiştir. Üçüncü aşamada ilişkin regresyon modellerinde otokorelasyon ve değişen varyans sınamaları yapılmıştır. Dördüncü aşamada ise regresyon analizi sonucu detaylı olarak incelenmiştir.

Tablo 1. Bağımsız Değişkenlere İlişkin Özet İstatistikler

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Gözlem Sayısı
BİST 100	-0,097600	0,114000	0,008869	0,053981	58
KFE	0,002000	0,020600	0,010620	0,004328	58

Tablo 1’de BİST 100 endeksinin ortalaması KFE’den düşük düzeydedir. BİST 100’e ait en yüksek oran %11 civarında iken, KFE’nin en yüksek oranı yaklaşık %2’dir. Ayrıca en düşük değer -%9 ile BİST 100’e aittir. Standart sapmalar incelendiğinde, BİST 100 endeksindeki değişkenlik KFE’ye göre daha yüksek düzeydedir.

Tablo 2. Pay Getirilerine İlişkin Özet İstatistikler

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Gözlem Sayısı
ANELE	-0,226900	0,506200	0,019121	0,122772	58
EDIP	-0,176400	0,233700	0,001588	0,089612	58
ENKAI	-0,112000	0,159700	0,004213	0,054790	58
KUYAS	-0,422300	0,628800	0,014357	0,183932	58
ORGE	-0,194700	0,843300	0,031656	0,149507	58
SANEL	-0,264000	0,419000	0,005325	0,133081	58
TURGG	-0,115100	0,645900	0,006905	0,116066	58
YAYLA	-0,313000	1,277000	-0,006178	0,221238	58
YYAPI	-0,491000	0,544000	0,003476	0,193604	58

Tablo 2’de paylara ait ortalama getiriler incelendiğinde ortalama getiriler arasında önemli derecede farklılıklar bulunmamaktadır. En düşük ortalama YAYLA’ya ait iken en yüksek ortalama ORGE’ye aittir. Pay getirileri arasında en yüksek oran %127 ile YAYLA, en düşük oran %-49 ile YYAPI’ya aittir. Standart sapmalar incelendiğinde ENKAI’nın yaklaşık %5 ile diğer pay getirilerine kıyasla istikrarlı bir yapıda olduğu görülmektedir. YAYLA ise yaklaşık %22 oranı ile diğer paylar arasında en yüksek değişkenliğe sahiptir.

Tablo 3. Açıklayıcı Değişkenler Arasında Korelasyon Katsayısı

	BİST	KFE
BİST	1	-0,0278
KFE	-0,0278	1

Tablo 3’de BİST 100 ve KFE arasındaki korelasyon katsayısı oldukça düşük çıktığından bu iki değişken arasında çoklu doğrusal bağlantı bulunmadığı tespit edilmiştir.

Hata terimlerinin birbirleri ile ilişkili olma durumu otokorelasyon (ardışık bağımlılık) olarak tanımlanmaktadır (Kayalıdere, 2012, s.164). Otokorelasyonun belirlenmesi için regresyon denklemleri üzerinde bazı sınamalar yapılmaktadır. Breusch-Godfrey (1978) otokorelasyon LM testi, otokorelasyon varlığının belirlenmesi için kullanılan sınamalardan biridir. Tablo 4’de otokorelasyon varlığı LM testi ile ölçülmüştür.

Tablo 4. Breusch-Godfrey Otokorelasyon LM Testinin Sonuçları

Gözlem	F-istatistik	Olasılık
ANELE	0,528541	0,4704
EDIP	0,389985	0,5349
ENKAI	0,488918	0,4874
KUYAS	0,186893	0,6672
ORGE	0,186514	0,6676
SANEL	0,237215	0,6282
TURGG	1,631474	0,2070
YAYLA	0,776587	0,3821
YYAPI	0,160197	0,6906

Tablo 4'e göre, ilgili regresyon modellerinde otokorelasyon bulunmamaktadır. Hata teriminin tüm gözlemler için aynı olmamasına değişen varyans denilmektedir. Değişen varyansı saptamada bazı testlerden yararlanılmaktadır. Tablo 5'de, Breusch-Pagan-Godfrey (1979) tarafından geliştirilen değişen varyans sınaması yer almaktadır.

Tablo 5. Breusch-Pagan-Godfrey Değişen Varyans Testinin Sonuçları

Gözlem	F-istatistik	Olasılık
ANELE	1,181495	0,3148
EDİP	0,149988	0,8611
ENKAI	1,381780	0,2597
KUYAS	0,528632	0,5924
ORGE	0,214677	0,8075
SANEL	1,049740	0,3569
TURGG	0,072501	0,9302
YAYLA	1,005962	0,3723
YYAPI	0,201188	0,8184

Tablo 5'de ilgili regresyon modellerinde değişen varyans bulunmamaktadır. Aşağıda yer alan tablo 6'da ise regresyon analizi sonucu yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre BİST 100 endeksi pay getirileri üzerinde istatistiksel bakımdan önemli bulunmuştur. Diğer yandan, KFE'nin belirtilen pay getirileri üzerinde BİST 100 endeksine kıyasla daha az öneme sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Regresyon Modeli Sonuçları

Şirket	α (Sabit terim)	β_1 (BİST)	β_2 (KFE)	Düzeltilmiş R ²	F-istatistik
ANELE	-0,021698 [-0,51442] (0,6090)	0,849150** [2,903917] (0,0053)	3,139814 [0,860913] (0,3930)	0,102198	(0,01931)
EDİP	-0,022508 [-0,79953] (0,4274)	0,889680*** [4,558086] (0,0000)	1,528533 [0,627883] (0,5327)	0,249148	(0,00014)
ENKAI	0,000794 [0,045176] (0,9641)	0,499954*** [4,101970] (0,0001)	-0,095723 [-0,062970] (0,9500)	0,216829	(0,00045)
KUYAS	0,025228 [0,0379927] (0,7055)	0,66922 [1,453532] (0,1518)	-1,585210 [-0,276056] (0,7853)	0,008355	(0,29731)
ORGE	-0,019813 [-0,364126] (0,7172)	0,370191 [0,981210] (0,3308)	4,545104 [0,965907] (0,3383)	0,027539	(0,46396)
SANEL	0,039127 [0,906157] (0,3688)	1,059876*** [3,540163] (0,0008)	-4,074935 [-1,091300] (0,2799)	0,199036	(0,00083)
TURGG	-0,015644 [-0,370000] (0,7128)	0,346073 [1,180526] (0,2429)	1,837324 [0,502514] (0,6173)	0,025811	(0,48717)
YAYLA	-0,086257 [-1,097886] (0,2770)	1,103777** [2,026248] (0,0476)	6,629923 [0,975832] (0,334)	0,040516	(0,12007)
YYAPI	-0,118326 [-1,801421] (0,0771)	1,335709*** [2,932857] (0,0049)	10,37137* [1,825873] (0,0733)	0,124224	(0,00975)

* İlgili katsayının %10; ** ilgili katsayının %5; *** ilgili katsayının %1 önem düzeyinde istatistiksel bakımdan önemli olduğunu gösterir.

Parantez içindeki rakamlar, ilgili katsayılarla ilişkin olasılık (p) değerlerini ifade etmektedir.

Köşeli parantez içindeki içindeki rakamlar, ilgili katsayıya ilişkin t-istatistik değerlerini ifade etmektedir

Tablo 6'da yer alan regresyon modellerinde; BİST 100 endeksine ait olasılıkların 4 tanesi %1, 2 tanesi %5 önem düzeyinde istatistiksel bakımdan önemli bulunmuştur. KFE'ye ait olasılıkların yalnızca 1 tanesi %10 önem düzeyinde istatistiksel bakımdan önemli bulunmuştur.

Regresyon modelinde yer alan Düzeltilmiş R² modelin açıklama gücünü, F istatistik değeri ise oluşturulan modelin anlamlılığını ifade etmektedir. F istatistik

değerinin istatistiksel bakımdan önemsiz bulunması oluşturulan regresyon modelinin anlamsız olduğunu belirtmektedir (Gujarati, 2004, s. 268). Regresyon sonuçları incelendiğinde; ANELE, EDİP, ENKAI, SANEL, YYAPI paylarına ait regresyon modellerinde F istatistik değerleri %1 önem düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı bulunmuştur. KUYAS, ORGE, TURGG ve YAYLA pay getirilerine ait regresyon modellerinde ise F istatistik değerleri %1 önem düzeyinde önemsiz çıkmıştır. Bu durumda, belirtilen regresyon modellerinin anlamsız olduğu sonucuna varılmış ve bu modellere ilişkin analiz sonuçları değerlendirilmemiştir.

Analiz sonuçları incelendiğinde KFE'nin belirlenen şirketlerin pay getirileri üzerinde önemi oldukça düşük çıkmıştır. Analizin yatırımcılar açısından sonucu incelendiğinde KFE'nin BİST'de işlem gören inşaat şirketlerinin yatırımlarında kullanılma potansiyeli görülmemektedir. Ancak, BİST 100 endeksi inşaat şirketleri yatırımlarında daha yararlı bir araç olarak kullanılabilir. KFE dışındaki faktörler ise inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerinde daha etkili olabilir.

Analizden elde edilen önemli bir bulgu BİST 100 endeksinin inşaat şirketleri pay getirileri üzerinde önemli derecede etkisi olduğudur. Bu bulgu, Lopes, J. (1998), Esfahani ve Ramirez (2003), Khan, Liew ve Ghazali (2013) tarafından elde edilen bulgular ile uyumluluk göstermektedir. Türkiye'de yapılan çalışmaları incelediğimizde ise; Çelik (2007), Çetin ve Doğaner (2017), tarafından elde edilen bulgular ile uyumluluk göstermektedir.

Sonuç

Küresel krizlerin doğrudan etkilediği sektörlerden biri olan inşaat sektörü, Türkiye'de 2013 yılından itibaren hızla gelişmeye başlamış, bağlantılı olduğu alt sektörlerle de istihdam olanağı yaratmıştır. İnşaat sektörünün pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de önemli bir faaliyet alanı vardır ve hızla gelişmeye devam etmektedir.

Bu çalışmada KFE ve BİST 100 endekslerinin BİST'de işlem gören inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda BİST 100 endeksinin inşaat şirketlerinin pay getirilerini önemli derecede etkilediği belirlenmiştir. BİST 100 endeksinin ANELE, EDİP, ENKAI, SANEL, YAYLA, YYAPI pay getirileri üzerindeki etkisi önemli bulunurken; KUYAS, ORGE, TURGG pay getirileri üzerindeki etkisi önemli bulunmamıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bir diğer bulgu ise KFE'nin ise yalnızca YYAPI'ya ait pay getirisi üzerinde önemli olduğudur. YYAPI, uluslararası üstyapı ve altyapı projelerinde faaliyetleri gösteren ve faaliyet alanları içinde en fazla konut inşaatları yer alan BİST'de işlem gören bir inşaat şirkettir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda KFE'nin YYAPI'ya ait pay getirileri üzerinde önemli bulunması anlamlı bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Finans literatüründe, inşaat sektöründe faaliyet gösteren pay getirilerini etkileyen faktörlerin incelenmesine dair yapılan çalışmalar yetersiz bir düzeydedir. Genel itibari ile bu alanda yapılan çalışmalar performans ölçümünden ziyade inşaat sektörü ile ülke ekonomisinin büyümesi arasındaki nedensellik ilişkisinin araştırılmasına yöneliktir. İnşaat sektörü çalışma alanı olarak zengin bir içeriğe sahip olsa da inşaat şirketlerinin pay getirilerini etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik çalışmalar Türkiye'de oldukça

yetersizdir. Yapılan bu çalışma ile ilgili alandaki eksiklik giderilebilecektir. Ek olarak, yeni yapılacak çalışmalarda farklı faktörlerin inşaat şirketlerinin pay getirileri üzerindeki etkisi çalışabilir.

Kaynaklar

- Alper, A. (2017). İnşaat Sektörünün Ekonomik Büyümedeki Rolü: Türkiye Örneği. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), 239-252.
- Bodie, Z., Kane, A. ve Marcus, A. (2014). *Investment*. Singapore: McGraw-HillInc. Borsa İstanbul (BİST). BİST Pay Endeksleri. <https://www.borsaistanbul.com/endeksler/endeks-verileri> Erişim Tarihi: 8 Haziran 2019.
- Breusch, T. ve Pagan, R. (1979). A Simple Test For Heteroscedasticity And Random Coefficient Variation. *Econometrica*, 4 (47), 1287- 1294.
- Chang, T. ve Nieh, C. (2004). A Note On Testing TheCausal Link Between Construction Activity And Economic Growth in Taiwan. *Journal Of Asian Economics*, 15(3), 591-598.
- Çelik, Ş. (2007). Türk İnşaat Sektörü ve İnşaat Sektörünün Ülke Ekonomisine Etkilerinin Araştırılması. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Beykent Üniversitesi.
- Çetin, G. ve Doğaner, A. (2017). İnşaat Sektörü Güven Endeksi ve Konut Fiyat Endeksi Arasındaki İlişki: Türkiye İçin Ampirik Analiz. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 155-165.
- Çınar, M. (2018). Türk İnşaat Sektörü ve Türk İnşaat Sektörünün Ülke Ekonomisine Etkileri. *Yüksek Lisans Tezi*. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Ergeç, E. ve Taşdemir, M. (2008). Türkiye’de İnşaat Sektörü ve Para Politikaları Arasındaki Nedensellik İlişkileri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 115-132.
- Esfahani., S. ve Ramirez, T. (2003). Institutions, Infrastructure, And Economic Growth. *Journal Of Development Economics*, 70(2), 443-477.
- Ezcan, V., Müngen, U., Kuroğlu, M. ve Işıkdag, İ. (2012). İnşaat Sektöründe Performans Yönetimi Kavramının İrdelenmesi. *e-Journal Of New World Sciences Academy*, 7(1), 254-262.
- Godfrey, G. (1978). Testing For Multiplicative Heteroscedasticity. *Journal Of Econometrics*, 8, 227-236.
- Gujarati, D. (1976). *Temel Ekonometri*. Literatür Yayıncılık.
- Investing Resmi Sitesi. <https://tr.investing.com> Erişim Tarihi: 8 Haziran 2019.
- Kargı, B. (2013). Housing Market And Economic Growth Relation: Time Series Analysis Over Turkey (2000-2012) Konut Piyasası Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Zaman Serileri Analizi (2000-2012). *Journal Of Human Sciences*, 10(1), 897-924.
- Kaya, V., Yalçınkaya, Ö. ve Hüseyini, İ. (2013). Ekonomik Büyümede İnşaat Sektörünün Rolü: Türkiye Örneği (1987-2010). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(3), 149-166.
- Kayalidere, K. ve Aktaş, H. (2012). Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsasında Risk-Getiri Etkileşimi ve Haftanın Günleri Etkisinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 321-338.

- Khan, R., Liew, S. ve Ghazali, B. (2014). Malaysian Construction Sector And Malaysia Vision 2020: Developed Nation Status. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 109, 507-513.
- Koç, E., Kaya, K. ve Şenel, M. (2017). Türkiye’de İnşaat Sanayi Sektörünün Gelişimi- Temel İnşaat Sanayi Göstergeleri. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(2), 643-660.
- KPMG Sektörel Bakış- İnşaat (2018) <file:///C:/Users/Grundig/Downloads/sektorel-bakis-2018-insaat.pdf>
- Lopes, J. (1998). The Construction Industry And Macroeconomy in Sub-Saharan Africa Post 1970. *Construction Management & Economics*, 16(6), 637-649.
- Masih, A. ve Masih, R. (1996). Energy Consumption, Real Income And Temporal Causality: Results From A Multi-Country Study Based On Cointegration And Error Correction Modelling Techniques. *Energy Economics*, 18(3), 165-183.
- Özkan, F., Özkan, O. ve Gündüz, M. (2012). Causal Relationship Between Construction Investment Policy And Economic Growth in Turkey. *Technological Forecasting And Social Change*, 79(2), 362-370.
- Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (İMSAD), (2019) Aylık Sektör Raporu file:///C:/Users/Grundig/Downloads/Turkiye_IMSAD_Aylık_Sektör_Raporu_O_CAK2019.pdf
- Yalçın, S. (2014). Aşırı Güven ve Borç Düzeyi İlişkisi: BİST İnşaat Sektöründe Ampirik Bir İnceleme. *Yüksek Lisans Tezi*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi.

LİDER ÜYE ETKİLEŞİMİNİN YETENEK YÖNETİMİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI*

Gökhan ULUDAĞ¹

ÖZ

Günümüz organizasyonlarının alanında başarılı olması ve uzun süre kalıcı olabilmesi için çağdaş yönetim anlayışlarından yararlanmaları gerekmektedir. Yetenek yönetimi anlayışı da bu çağdaş yöntemlerden birisidir. Yetenek yönetimi anlayışında yetenekli çalışanlar organizasyon bünyesine kazandırılır ve çalışanlar yetenekleri doğrultusunda görevlendirilir. Organizasyonların bu doğrultuda yetenek yönetimine pozitif katkı sağlayan uygulamaları devreye sokması gerekmektedir. Lider-üye etkileşimi de yetenek yönetimi üzerinde pozitif etki yapan uygulamalardan birisidir ve yöneticiler ile çalışanlar arasındaki etkileşime odaklanır. Bu sebeple hem kamuda hem de özel sektörde organizasyonların Lider-üye etkileşimini artırmalarında yarar olduğu söylenebilir. Bu araştırmanın amacı; lider-üye etkileşimi ile yetenek yönetimi arasındaki ilişkiyi tespit etmek ve yetenek yönetimi üzerinde lider-üye etkileşiminin nasıl bir etkisi olduğunu gösterebilmektir. Bu kapsamda, Ankara ilinde bulunan beş kamu kurumunun (Sağlık İl Müdürlüğü, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, İşkur İl Müdürlüğü, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü) personelleri üzerinde anket yoluyla veriler toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda, Lider-üye etkileşimi ile yetenek yönetimi arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lider-üye etkileşimi, yetenek yönetimi, verimlilik

A FIELD RESEARCH ON THE EFFECT OF LEADER MEMBER EXCHANGE ON TALENT MANAGEMENT

ABSTRACT

Today's organizations need to benefit from modern management concepts in order to be successful and long-lasting. Talent management is also one of these modern methods. In talent management, talented employees are recruited to the organization and the employees are assigned according to their capabilities. In this direction, organizations should implement the practices that contribute positively to talent management. Leader-member exchange is also one of the applications that have a positive impact on talent management and focuses on the interaction between managers and employees. For this reason, it can be said that organizations in both the public and private sectors are beneficial in increasing Leader-member exchange. The purpose of this research; to determine the relationship between leader-member exchange and talent management and to demonstrate the effect of leader-member exchange on talent management. In this context, data were collected through a questionnaire on the personnel of five public institutions in Ankara (Provincial Directorate of Health, Provincial Directorate of Youth and Sports, Provincial Directorate of Culture and Tourism, Provincial Directorate of Employment, Provincial Directorate of Environment and Urbanization). As a result of the study, it was found that there was a significant and positive relationship between leader-member exchange and talent management.

Keywords; Leader-Member Exchange, Talent Management, Productivity

Giriş

¹ Dr., Emniyet Genel Müdürlüğü, guludag@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4763-7511

*Bu çalışma, Dr. Gökhan ULUDAĞ'ın Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsünde, "Lider-Üye Etkileşiminin Yetenek Yönetimi ve İşgören Performansına Etkileri Üzerine Bir Araştırma: Ankara Örneği" başlıklı tezinden üretilmiş olup, D.Ü. BAP Projesi tarafından desteklenmiştir.

Received/Geliş:27/05/2019 Accepted/Kabul:01/10/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Uludağ, G. (2019), "Lider Üye Etkileşiminin Yetenek Yönetimine Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.338-353.

Her geçen gün insan nüfusundaki artışla birlikte iş alanları ve iş ihtiyacı da artmaktadır. İnsanların taleplerine cevap verebilmek amacıyla çok sayıda organizasyon faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu organizasyonların bir kısmı Devlet bünyesinde kamu hizmeti yürütmekte olup diğerleri ise özel sektör içerisinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Kamuda faaliyet sürdüren organizasyonların insanlara sağladığı hizmet ne kadar hızlı ve kaliteli olursa insanların da memnuniyet oranı o kadar yüksek olacaktır. Aynı şekilde özel sektörde faaliyet sürdüren organizasyonların müşterilerin beklentilerine cevap verebildikleri oranda tercih edilebilirliği artacaktır.

Geniş kitleler tarafından tercih edilen organizasyonların müşterilerini artırmaları, ekonomik güçlerini büyütmeleri, yeni iş kollarına müracaat etmeleri ve bulunduğu sektör içerisinde zirveye çıkmaları mümkün olabilecektir. Kamu kurumları açısından ise daha hızlı hizmet üreten, insanların taleplerine en uygun şekilde cevap verebilen organizasyonlar diğerleri tarafından örnek alınan, bilgi ve tecrübelerinden istifade edilen ya da en başarılı ödülüne sahip olma imkânını yakalayabilir.

Organizasyonların programlarına ve çalışma bakış açılarına yön veren liderleri bulunmaktadır. Bu nedenle liderlere büyük görevler düşmektedir. Günümüz organizasyonlarında birçok çalışan liderlerinin tavırlarına, hareket tarzına ve iş disiplinine göre kendisini şekillendirmektedir.

Liderlerin en büyük özelliklerinden birisi de etkileme gücüdür. Liderler bu özellikleri sayesinde insan kitlelerini peşinden sürükleyebilir ve bir amaç doğrultusunda harekete geçirebilirler. Lider-üye etkileşimi de liderlerini astları ile olan etkileşimi açıklayan teorilerden birisidir. Lider-üye etkileşimi anlayışı sayesinde organizasyon içerisinde görev yapan kişilerle, lider pozisyonunda bulunan kişilerin gerçekleştirdiği farklı ilişkiler konu edinilmektedir ve bu teorinin organizasyonun yararına olacak birçok konuya katkı sağlaması beklenmektedir. Yetenek yönetimi anlayışı da bu konulardan birisidir. Yetenek yönetimi; organizasyonlar ve kurumlar için büyük bir önemi olan ve son yıllarda isminden oldukça söz ettiren yaklaşımlar arasındadır. Günümüzde teknolojinin getirdiği olanaklar kadar önem arz eden başka bir husus da bilgidir. Bilgiden en doğru şekilde yararlanan ve organizasyonların çıkarlarına yönelik değere dönüştüren yetenekli çalışanlar, organizasyonların rekabet üstünlüğünü elinde tutmaları ve hedeflerine varabilmeleri noktasında stratejik bir öneme sahiptir. Yetenek yönetimi sayesinde çalışanların yeteneklerinden maksimum düzeyde yararlanılarak, organizasyona üst seviyede katkı sağlanması ve çalışanların uzmanlık alanlarında işini severek yapması hedeflenmektedir.

Bu anlayışla birlikte; çalışanların sayısal oranının yüksekliğinin ötesinde yetenekli çalışan sayısının baz alındığı ve yetenekli çalışanların yeteneklerinin doğru bir şekilde yönetilmesinin hedeflendiği bilinmektedir. Bu anlayış doğrultusunda organizasyon ve kurumlar yetenekli çalışanların keşfedilmesini, kendi içlerine entegre edilmesini, yeteneklerinden en üst düzeyde istifade edilmesini ve organizasyon bünyesinde uzun süre kalmaları hedeflenmektedir.

Bu çalışma, lider üye etkileşiminin yetenek yönetimine etkilerini, Ankara' da faaliyet gösteren beş kamu kurumunda incelemeye yöneliktir. Bu çalışma için adı geçen kamu kurumlarının tercih edilme nedeni ise kurumların hiyerarşik çalışma düzeninde farklı statülerde çalışanların olması, bu farklı statülerde çalışanların etkileşim düzeyi ve bu etkileşimin çalışanların yetenek yönetimine etkisinin tespit edilmek istenmesidir.

Teorik Çerçeve

Lider Üye Etkileşimi

Liderlik tarih boyunca önem arz eden konulardan birisi olmuştur. Birçok imparatorluğun ve devletin güçlenmesinde ve yıkılmasında liderlerin büyük katkıları olmuştur. Günümüzde ise hem kamu hem de özel sektördeki organizasyonların başarısı ve ticari karları noktasında liderler oldukça stratejik öneme sahiptir. Bu doğrultuda liderlikle ilgili yapılan çok sayıda teorem bulunmaktadır. Lider-üye etkileşim teorisi de bu teoremlerden birisidir.

Lider-üye etkileşimi anlayışında, lider üyelerinin hepsine karşı aynı davranışı sergilememekte ve her biri ile farklı tarzda ilişkiler gerçekleştirmekte (Graen ve Schiemann, 1978: 211) ve liderin tüm astlarıyla birebir etkileşim sağladığı öngörülmektedir (Dunegan, Duchon ve Uhl-Bien, 1992: 59-60). İnsanların iş hayatındaki işe bakış açıları değişebilmektedir. Kimi çalışanlar yaptıkları işi en iyi şekilde sonuçlandırmayı planlarken kimileri günlük ortalama düzeyde çalışmayı kimisi ise umursamaz bir şekilde iş yapma düşüncesi içerisinde olabilmektedir. Bu nedenle organizasyon içerisinde lider pozisyonunda bulunanların tüm çalışanlarla aynı şekilde iletişim kurması ve etkileşim içerisinde olması düşünülemez.

Lider-üye etkileşim modeli ile ilgili akademisyenler; nezaretçilerin (üst) birlikte görev yaptıkları tüm astlarına (izleyicilere) karşı tek tipte bir liderlik davranışı göstermediklerini, farklı astlara farklı şekillerde davranışlar sergilediklerini öngörerek, liderin görev itibarıyla kendi emrindeki izleyicilerin her biri ile birebir etkileşiminin nasıl farklı tarzlarda olduğuna vurgu yapmaktadır (Cevrioğlu, 2007: 17). Özellikle yüksek düzeyde performans sergileyerek liderlerinin tüm çalışanlarına eşit muamele yaptığından şikâyet eden çalışanların liderlerin her çalışan için farklı etkileşimde olması nedeniyle son derece hoşnut olacağı bir yaklaşım olduğunu belirtmek gerekir.

Dinesh ve Liden (1986: 621), ilk başlarda üyenin bireysel olarak sahip olduğu özelliklerinin lider ve üye arasındaki ilişki noktasında önemli bir etkiye neden olduğu; daha sonra oluşan etkileşimde ise liderin altında bulunan çalışana yetkiler vermek suretiyle bilgi paylaşımı gerçekleştirdiği, şayet başarılı olursa üyeye karşı güven duygusu artması sonucu daha fazla yetki verildiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda daha üst pozisyonları elde etmek isteyen astların, sergileyecekleri performans doğrultusunda liderlerinin güvenini daha fazla kazanmaları ve hedeflerini gerçekleştirebilmeleri noktasında gerekli fırsatları elde etmeleri söz konusudur.

Kendisine fırsatlar verilen çalışanların bu fırsatları iyi değerlendirmeleri gerekmektedir. Nitekim doğru değerlendirilen fırsatlar, çalışanların üstleri ile olan ilişkilerini daha iyi noktalara taşıırken, bulunduğu organizasyonda daha üst noktalara gelmek isteyen çalışanlara olanak tanımaktadır.

Lider-Üye Etkileşiminin Kalitesi

Lider-üye etkileşimi neticesinde genel olarak pozitif sonuçlara ulaşabilmek için karşılıklı gerçekleştirilen ilişkilerin yüksek kalite düzeyinde olması büyük önem taşımaktadır. Ast pozisyonunda bulunan birisinin liderini takdir etmesi, astın lider üye etkileşiminin kalitesi ile ilgili bakış açısıyla orantılıdır. Aynı şekilde liderin astları ile ilgili bakış açısı, lider-

üye etkileşiminin kalitesiyle doğru orantılı gerçekleşmektedir (Wayne, Shore ve Liden, 1997: 88).

Lider-üye etkileşiminde, lider ile astları arasındaki ilişkinin kaliteli olabilmesi için önem arz eden konulardan birisi karşılıklı güvenin gerçekleşmesidir. Karşılıklı gerçekleştirilen ilişkinin güvenilir olduğu hissedilmeye başlar ise değişim artacak ve etkileşim daha kuvvetli hale gelecektir, ayrıca lider-üye etkileşimi gelişim süreci güven geliştirme süreci olarak değerlendirilebilir ve güvene etki etmesi noktasında kişisel özellikler ve davranışların da önem arz ettiği ifade edilebilir (Novak ve Graen, 1987: 206, Bauer ve Green, 1996:1558).

Liderin davranışlarının altında görev alan kişiler tarafından adil olarak değerlendirilmesi halinde kaliteli lider-üye etkileşiminin kurulmasına olanak sağlanmış olacaktır (Pellegrini ve Scandura, 2006: 266).

Lider-üye etkileşiminin yüksek düzeyde gerçekleştiği durumlarda; liderin astlarının işte gösterdiği performansı, kişisel ve iş odaklı problemleri ve görevi yerine getirirken verimliliklerini daha üst seviyeye nasıl çıkarabileceklerine dair sık sık değerlendirmeler yaptıkları görülmüştür (Graen, Liden ve Hoel, 1982: 871). Liderler, düşük seviyede lider-üye etkileşimi gerçekleştirdikleri çalışanlarının işten kaynaklanan itirazlarının gerekçesini düşük kaliteli ilişkiye dayandırmakta, fakat yüksek düzeyde lider-üye etkileşimi gerçekleştirdikleri astlarının itirazlarını ise haklı oldukları kanaati ile geçerli bir nedene dayandırmaktadırlar (Tepper vd., 2006: 190).

Lider-üye etkileşiminin kalitesinde bazı faktörlerin önemli olduğu bilinmektedir. Bu faktörlerin bazıları etkileşimi olumlu yönde etkileyebileceği gibi bazıları da olumsuz etkileyebilir.

Lider ile astlarının yaş farkının yüksek olması nedeniyle; işe olan bakış açısı ve çalışma tarzlarının birbirine benzememesi durumu söz konusu olabilir. Astlarından yaş farkı hayli yüksek olan liderin onu yeterince tecrübe sahibi olarak görmemesi, ciddiye almaması ve görüşlerine değer vermemesi durumları söz konusu olabilir. Bununla birlikte çalışanların farklı cinsiyetlerde olması da birbirlerine karşı mesafeli olmalarına ve etkileşimin zayıf kalmasına yol açabilir.

Lider ve astları arasındaki etkileşim kalitesine etki eden unsurlardan birisi de örgüt iklimidir. Örgütün yapısı ve örgüt içi atmosfer çalışanları tatmin ediyorsa ve pozitif yönde ise lider-üye etkileşiminin kalitesinin seviyesi de buna paralel olarak artabilir. Yoğun rekabet ortamı, iş ilişkilerinin otoriter bir yapıya bürünmesi, keskin hiyerarşik anlayış gibi durumlar ise lider-üye etkileşim kalitesini negatif şekilde etkilemektedir (Cogliser and Schriesheim, 2000: 488). Çalışanların işten kaynaklı sorunları dile getirirken kendilerini baskı altında hissetmeleri, şeffaf yönetim anlayışının olmamasına ve etkili iletişimin kurulamamasına yol açabilir.

Kaliteli bir etkileşim noktasında önemli hususlardan birisi de çalışanın lider üzerinde bıraktığı ilk izlenimdir. Bu durumun altında yatan neden, liderin çalışana vereceği görev ve sorumluluklarının altında ilk izlenim etkisi yatacak olup, çalışandan beklentilerinin hangi oranda olacağına göstergesidir (Aslantaş, 2007:164). İlk izlenimin oldukça önemli olduğu yönetim anlayışında astların üstleri ile görüşmeye gitmeleri durumunda kendilerine sorulabilecek tüm soruları önceden tespit ederek gitmelerinde fayda olacağı söylenilebilir.

Kaliteli bir etkileşimin gerçekleşmesi astların üstlerine olan bağlılıklarının artmasına dolayısıyla yetki devri ve üst konumlara gelebilme olanağına, güven ortamına

yol açarken düşük düzeyde bir etkileşim gerçekleşmesi güçlendirmenin etkilerinin azalmasına, itiraz, dedikodu ve prestij kaybına yol açabilecektir (Çağlar,2008:80).

Lider-üye etkileşiminin kaliteli olmasının astlar açısından daha önemli olduğu söylenilebilir. Nitekim üstleri tarafından daha fazla tanınmaları ve çeşitli fırsatların kendilerine sunulması söz konusu olabilir. Aksi durumda istenilmeyen yerde çalışma ve hatta işten çıkartılma durumlarıyla dahi karşılaşılabilir.

Yetenek Yönetiminin Tanımı ve Kavramsal Çerçeve

Yetenek yönetimi kavramı 20. yüzyılın 2. yarısında, gelişmiş ülkelerde, bilgi teknolojilerinin kullanımının artmasıyla kendisinden söz ettirmiş ve sonraki yıllarda ise daha fazla gündeme gelmiş bir kavramdır.

Bilgi ve bilgi teknolojilerinin ilk kullanıldığı yıllarda sanayi ve tarım alanlarında, daha sonra ki yıllarda ise eğitim, sağlık ve iletişim gibi birçok alanda yararlanılması ne denli önemli olduğunu göstermektedir. Yetenek yönetimi kavramının ortaya çıkışıyla, iş hayatı içerisinde insanların değerinin giderek artarak maksimum düzeye ulaşmasına, rekabet avantajı elde etmek için insanın en değerli sermaye olarak algılanmasına yol açmıştır (Altınöz, 2009: 15).

Son yıllarda organizasyonların, rakiplerine karşı rekabet avantajını elde edebilmek ve istikrarlı bir şekilde varlıklarını sürdürebilmek için odaklandıkları konulardan birisi de insan unsuru olmuştur. İnsanların sadece fiziki unsurlarıyla değerlendirerek robotlar gibi çalışmasını bekleyen bakış açısından uzaklaşarak, duygu, düşünce ve psikolojileri dahil olmak üzere çok yönlü olarak ele alındığı, yeteneklerinden en üst düzeyde yararlanılmak istenildiği modern uygulamalar kullanılmaya başlanmıştır. Yetenek yönetimi de bu modern uygulamalardan bir tanesidir.

Yetenek yönetimi; yeteneğin organizasyon içerisinde stratejik yönetime odaklanıldığı, uzun süreli bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir. Anlayışın temelinde; stratejik hedefleri gerçekleştirebilmek için doğru zamanda, doğru konumlarda, doğru kişilere görev verilerek istenilen yetenek arzına ulaşılabilmesidir (Yılmaz, 2009: 11).

Yetenekli insanlar doğru yerlerde istihdam edilerek yeteneklerinden istifade edilmez ise bu kişileri bulundurma anlamı ortadan kalkar. Çalışanlarda isteksizlik ve küskünlüğe yol açabilir.

Collings ve Mellahi (2009:304) yetenek yönetimi kavramını; bir organizasyonun sürdürülebilir rekabetçi avantajına fark edilecek oranda katkı sağlayan kritik pozisyonların sistematik bir şekilde tespit edilmesini, bu pozisyonlarda başarılı bir şekilde görev yapabilecek potansiyeli ve performansı üst seviyede çalışanların yer aldığı bir yetenek havuzunun oluşturulmasını, bu pozisyonların yetkin çalışanlarla doldurulmasını daha kolay hale getirecek ve onların organizasyonlarına olan bağlılıklarının sağlanmasına yol açacak farklılaşmış bir insan kaynağı mimarisinin oluşturulmasını içeren faaliyetler ve süreçler bütünü şeklinde ifade etmişlerdir. Bir ürünü üretmek için elinde birçok birimi olan bir organizasyonun bütün birimlerinde yetenekli çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Herhangi bir birimde meydana gelen hata ürünün tamamını etkileyeceği için tüm çalışanların emeği zayi olmuş olacaktır. Bu doğrultuda yetenek yönetiminin ne kadar önemli olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Yetenek yönetimi anlayışında işgücü planlaması ve yetenek analizi yapılmaktadır; işe alma, personele verilen eğitim ve geliştirme programları, elde tutma, yetenek tespit etme safhalarından oluşan ve yedekleme planlamasını içeren bir süreç olarak

görülmektedir (Hartmann, Feisel ve Schober, 2010: 171). Bu sürecin bütün safhalarının kendisine göre ayrı bir önemi vardır ve bir bütünü oluşturmaktadır.

Yetenek yönetimi genel bir iş analizinden farklıdır. Organizasyona birçok açıdan avantaj sağlamaktadır. Örgütsel etkinliğin artmasına yol açarak, çalışan ve işveren arasındaki ilişkilerin nasıl olması gerektiğine yön vermekte ve davranışsal kılavuz olarak değerlendirilebilmektedir. Yetenek yönetiminin başarılı bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Aksi taktirde yanlış uygulanan yetenek yönetimine karşı negatif tavırların sergilenmesi ve direnç gösterilmesi söz konusu olabilir (Heinsman vd., 2008: 609-610). Yetenek yönetimi uygulamalarından önce tüm hazırlıkların yapılması ve uygulanacak çalışanlara gerekli bilgilendirmenin yapılması önemlidir.

Stratejik Yetenek Yönetimi

Yetenekleri stratejik bir rekabet kaynağı şeklinde belirten Prahalad ve Hamel (1990:82) bu kaynağın organizasyon içinde paylaşım odaklı birlikte öğrenmenin neticesi olarak görüldüğü, her çeşitte bilgi, uzmanlık, deneyim, kültürel kodlar ve teknik süreçlerle etkileşim içinde olarak organizasyona özgü temel yeteneğe dönüştüklerini ve bunun sonucunda da, taklit edilmesi kolay olmayan rekabet gücü sağladığını ifade etmişlerdir. Stratejik hareket etmek, yapılan işin planlı olması, zaman ve yer olarak doğru tercihlerde bulunmayı kapsamaktadır.

Strateji, çalışanların ve çalışanlara verilen rollerdeki tercihlerde doğru bir şekilde analiz edilmesi ve uygulanabilmesiyle alakalıdır (Huselid, Beatty ve Becker, 2008: 47). Yetenek yönetimi, insan kaynakları planlamasının vazgeçilmez unsurları arasındadır ve bir organizasyonun beşeri yetisinin istikrarlı bir şekilde herhangi bir sorun yaşamadan yönetilmesi, o organizasyonun etkin stratejik yönetim sürecine büyük ölçüde katkı sağlamaktadır (Schutz ve Carpenter, 2010: 19). Organizasyonların önem arz eden konularına göre ihtiyaç dizinini belirlemesi ve zamanı geldiğinde uygulaması stratejiyle ilgilidir.

Stratejik yetenek yönetimi, organizasyonların rekabet üstünlüğünü sağlama konusunda; etkisi büyük olan kilit pozisyonların sistemli olarak tanımlanmasını, bu alanlarda vazife üstlenebilecek potansiyeli yüksek ve üst düzeyde performans ortaya koyabilecek kişilerden oluşan bir yetenek havuzunun oluşturulmasını, yetenekli kişiler ile bu pozisyonlarda doğru zamanda görev alabilmesine olanak sağlamak için farklılıklar arz eden bir beşeri kaynak yapısının geliştirilmesini ve bu unsurların organizasyonlara daimi sadakat içerisinde olmalarını kapsamaktadır (Collings ve Mellahi, 2009: 304; Mellahi ve Collings, 2010: 143). Stratejik hamleler genel olarak uzun zamana dayalı hedefleri kapsamaktadır. Bu nedenle stratejik yetenek yönetiminin de organizasyonlara uzun süreli ve istikrarlı başarıyı hedeflediği söylenebilir.

En iyi yeteneği elinde bulundurmamak, tek başına rekabetçi başarının garanti edildiği anlamı taşımamaktadır. Günümüz dünyasının ekonomik bakış açısında istikrarlı rekabetçi başarının temelinde, rekabet içinde olabilmek için ihtiyaç duyulan tüm becerileri temin edebilmek ve sürdürülebilmek için gerekli olan yetenekle güçlendirilmiş organizasyonun oluşturulmasıdır (Cheese, Thomas ve Craig, 2008: 9). Organizasyonlar içinde bulunan yetenekli çalışanların nicelik ve nitelik olarak artırılması, zayıf kalan yönleri olanların eksiklerini tamamlaması ve en başarılı çalışanlarla rekabet edebilecek seviyeye getirilmesi, mevcutta boş bulunan kadrolara zaman kaybetmeksizin uzman

çalışanların görevlendirilmesi, önceden hazırlıkları yapılmış stratejik yetenek yönetimi anlayışıyla mümkün olabilir.

Yetenek yönetimi bilgi stratejisi oluşturmak için organizasyonlar katı bir şekilde tekrar değerlendirme, kontrol ve sorgulama yöntemlerine müracaat etmek zorundadır. Yetenek yönetimi, destekleyici yönleriyle birlikte yönetici pozisyonunda bulunan karar alıcılar için bilgisel değeri yönüyle değerlendirilmeye alınmalıdır (Berger, 2004: 431). Stratejik yetenek yönetiminde soyut unsurlar yerine somut ifadelerin kullanıldığı ve rakamsal verilerle hareket edilerek amaca ulaşılması öngörülmektedir.

Yetenek Yönetiminin Önemi

Yetenek yönetimi, organizasyonlar için stratejik bir öncelik olarak değerlendirilmekte ve kuruluşlar için istikrarlı bir şekilde ivme kazandıran kritik bir başarı unsuru şeklinde değerlendirilmektedir (Davies ve J.Davies, 2010: 418). Organizasyonlar genel olarak uzun yıllar boyunca hizmet vermeyi ve sürekli olarak gelişmeyi hedeflemektedirler. Bu doğrultuda karşılarına çıkabilecek tüm risklerin göz önünde bulundurulması stratejik planların hazırlanması gerekmektedir. Yetenek yönetimi de bu stratejik planın bir parçası olması gereken önemli faktörler arasındadır.

İş hayatında meydana gelen hızlı değişimler nedeniyle organizasyonlar, bu değişimlere uyum sağlayabilmek, gelişmek ve zirveye ulaşabilmek için değişime yön vermek mecburiyetindedirler. Değişime yön verebilmek amacıyla bazı unsurları uygulamak gerekmektedir. Bu doğrultuda; sürekli olarak hazırda bulunan yöntemlerin, ürün ve hizmetlerin gözden geçirilerek, yenilikçiliğe vurgu yapan organizasyon pozisyonunda olunması önem arz etmektedir (Altınöz, 2009:17). Yaşam içerisinde her şeyin çok kısa bir süre içerisinde değiştiği göz önünde bulundurulursa, organizasyonların kendilerini daimi olarak yenilemeleri gerekmektedir. İnsanların en yeni ve en gelişmiş olan ürünlere talepte bulunması ve heyecan duyması, bu değişimi yakalayamayan organizasyonların yıkılışıyla sonlanabilir.

İnsanların bir işte istihdam edilmesi, görev alacağı alanlarda gerekli eğitimin verilmesi ve organizasyonda tutulması ekonomik yükü olan ve zor bir süreçtir. Organizasyon içinde görev alan kişi, ifa ettiği işlerde daha donanımlı ve profesyonel hale geldiğinde daha fazla öğrenerek organizasyon için daha değerli hale dönüşmektedir. Bir organizasyonda görev yapan kişinin sahip olduğu bilgiler organizasyonun değil o kişinin kendisininindir. Bu nedenle, bir çalışanın ne ölçüde değerli olduğunun ve görevini ifa ettiği organizasyon içinde hangi rolü gerçekleştireceğinin bilinmesi noktasında, kişilerin yetenek, bilgi ve uzmanlıklarını doğru analiz edebilmek büyük önem taşımaktadır. Bir organizasyonda çalışan personelin, gününün büyük bir kısmını iş alanında geçirmesine rağmen, yeteneklerinin küçük bir bölümünden istifade edilmektedir. Bu durumun ortadan kaldırılması noktasında çalışanların yetenek, bilgi ve becerilerini net ve şeffaf bir şekilde gösterebilmelerine olanak sağlayan çalışma şartlarının ve örgüt ikliminin oluşturulmasında gerekli adımlar atılmalıdır (Şerbetçi, 2003:8). Yetenek yönetiminin etkili bir şekilde uygulandığı organizasyon, elde ettikleri ile birlikte prestij açısından da istediği konumu yakalayabilir.

Geleneksel personel yönetimi anlayışında maliyete sebep olan varlıklar olarak görülen çalışanlar, modern insan kaynakları yönetimi anlayışında organizasyonların sahip olduğu en değerli varlıklar şeklinde değerlendirilmektedir. Yetenek yönetiminde görev yapan personele gerekli değer verilerek, personelin fark edilmesi, organizasyona

kazandırılması ve organizasyonda kesinlikle kalıcı olması gereken yetenekler olarak dikkat çekmektedirler (Atlı, 2012: 80). Yetenek yönetimi anlayışıyla birlikte organizasyonlarda görev alan kişiler ifa ettikleri işleri daha özverili ve içten bir şekilde yerine getirebilir ve bu doğrultuda organizasyonda çalışanların güzel bir ortamda çalışabilmesi ve istediği sonuçlara ulaşabilmesi mümkün olabilir.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı; lider-üye etkileşimi ve yetenek yönetimi anlayışını incelemek ve aralarındaki ilişkiyi organizasyonlarda çalışanlardan elde edilen veriler vasıtasıyla ortaya koymaktır.

Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de devletin işlerinin sistematik bir şekilde faaliyetlerini yürütebilmesi ve toplumun tamamına hizmet sunulması amacıyla görev ifa eden birçok kamu kurumu bulunmaktadır. Bu kurumlarda görev yapan personel yeteneklerini ne kadar fazla kullanabilirlerse onlardan alınan verimde o düzeyde yüksek olur ve elde edilen hizmet de o derecede kaliteli olacaktır.

Bu araştırmada Ankara ilinde bulunan Sağlık İl Müdürlüğü, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü ve İşkur İl Müdürlüğü'nde; Lider-üye etkileşiminin ne düzeyde olduğunun ölçülmesi, sunulan hizmet kalitesinin ve verimliliğin artırılması noktasında, lider-üye etkileşiminin yetenek yönetimi ile olan ilişkinin tespit edilmesi açısından son derece önemlidir.

Literatürde lider-üye etkileşiminin yetenek yönetimi üzerinde etkisine yönelik araştırmaların kısıtlı sayıda olduğu görülmüştür. Araştırmanın bu yönüyle literatüre katkı sağlaması beklenilmektedir.

Araştırmanın Evreni – Örnekleme

Araştırmanın evreni; Ankara ilinde Sağlık İl Müdürlüğü, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü ve İşkur İl Müdürlüğü'nde çalışan 1630 personelden oluşmaktadır. Örneklem grubunun oluşturulmasında, araştırma için seçilen kurumların çalışan sayısı baz alınarak tabakalı örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Bu doğrultuda ilgili kurum müdürleri ile görüşülerek gerekli yazılı izinler alınmış olup, il müdürlüklerinde görevli personel yardımıyla anket soruları 800 personele dağıtılmıştır. Toplanan anketlerden araştırmaya uygun 406 anket değerlendirilmeye alınarak örneklem grubu oluşturulmuştur.

Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

H1. Lider-üye etkileşiminin genel boyutu ile yetenek yönetimi pozitif ve anlamlı ilişkilidir.

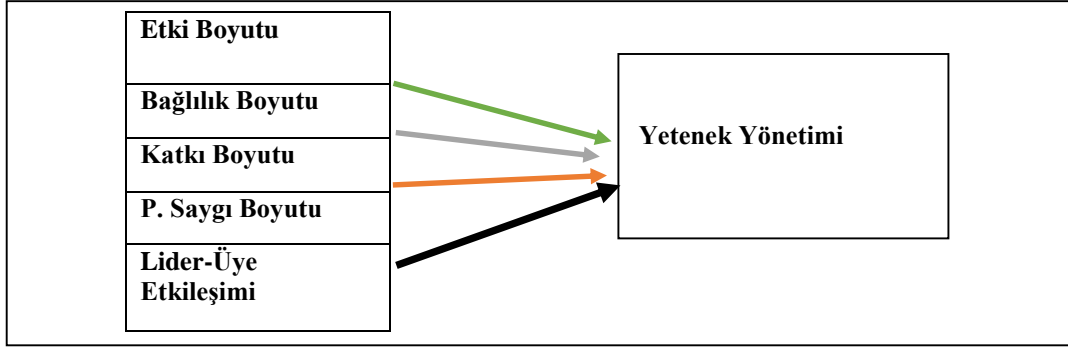
H2. Lider-üye etkileşiminin etki boyutu ile yetenek yönetimi pozitif ve anlamlı ilişkilidir.

H3. Lider-üye etkileşiminin bağlılık boyutu ile yetenek yönetimi pozitif ve anlamlı ilişkilidir.

H4. Lider-üye etkileşiminin katkı boyutu ile yetenek yönetimi pozitif ve anlamlı ilişkilidir.

H5. Lider-üye etkileşiminin profesyonel saygı boyutu ile yetenek yönetimi pozitif ve anlamlı ilişkilidir.

H6. Lider-üye etkileşiminin alt boyutlarının yetenek yönetimine etkisi farklıdır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmanın Yöntemi ve Ölçüm Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket uygulamasından yararlanılmıştır. Anketin giriş bölümünde, anketi cevaplandırarak kişileri bilgilendirecek bir metin yer almaktadır. Bu metinde özellikle anketin akademik bir çalışma için kullanılacağı, farklı bir yerde kullanılmayacağı ve gönüllülük esasına dayandığı hususları belirtilmiştir. Anketler dağıtılırken hiçbir sorunun boş bırakılmaması gerektiğine özellikle dikkat çekilmiştir.

Anket formunun birinci bölümü, örnekleme yer alanların; yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durum, iş tecrübesi, işteki konumları gibi özelliklerin yer aldığı demografik bilgileri içermektedir.

Anket formunun ikinci bölümünde, Liden ve Maslyn (1998) tarafından geliştirilen, etki-bağlılık-katkı-profesyonel saygı olmak üzere 4 boyuttan ve 12 maddeden oluşan ölçekte, katılımcılardan bu 12 ifadeyi “Kesinlikle katılmıyorum”dan (1) “kesinlikle katılıyorum”a (5) kadar uzanan 5 aralıklı likert ölçeği üzerinde cevaplamaları istenmiştir.

Anket formunun üçüncü bölümünde, Tutar, Altınöz ve Çöp (2011) tarafından geliştirilen, 18 maddeden oluşan ve tek boyutlu olan yetenek yönetimi ölçeğinden alınan 10 maddenin uyarlanması ve daha sonra 8 madde daha eklenerek uyarlanan Uludağ’ın (2016) doktora tezinde kullanılan 18 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin değerlendirilmesinde SPSS 21.0 istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler, araştırmanın amacı doğrultusunda çeşitli istatistik teknikleri (frekans dağılımı, faktör analizi, ortalama, t-testi, ANOVA, korelasyon, regresyon) kullanılıp sonuçlar yorumlanarak, ANOVA’da varyansların homojenliği durumunda Scheffe, varyansların homojen olmaması durumunda ise Tamhane's T2 çoklu karşılaştırma testleri kullanılmıştır. İstatistikî anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

Tablo 1. Demografik Değişkenlerin Frekans ve Yüzde Değerleri

Temel Demografik Sonuçlar		F	%
Cinsiyet	Erkek	238	58,6
	Kadın	168	41,4
Medeni Durum	Evli	311	76,6
	Bekâr	95	23,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	11	2,7
	Lise	85	20,9
	Yüksekokul	73	18,0
	Lisans	194	47,8
	Lisansüstü	43	10,6
Yaş Aralığı	18-31	105	25,9
	31-41	151	37,2
	41-51	108	26,6
	51-61	42	10,3
Çalışma süresi	0-5 Yıl	117	28,8
	6-10 Yıl	103	25,4
	11-15 Yıl	47	11,6
	16-20 Yıl	50	12,3
	21 ve üstü	89	21,9
Görev Unvanı	İşçi ve diğer	72	17,7
	Memur	218	53,7
	Şef- Birim Sorumlusu	29	7,1
	Uzman	75	18,5
	Şube Md.	12	3,0
Toplam		100	

Tablo 1’ de görüldüğü üzere; katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığında % 58,6’sının 238 kişinin erkek olduğu, %41,4’ünün (168 kişinin) kadın olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların cinsiyet oranlarının birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında % 47,8 ile (194 kişinin), yani katılımcıların büyük bir kısmının üniversite mezunu olduğu gözükmektedir. Bu durumu sırasıyla % 20,9 ile (95 kişinin) lise mezunu, % 18 ile (73 kişinin) yüksekokul mezunu, % 10,6 ile (43 kişinin) lisansüstü mezunu, % 2,7 ile (11 kişinin) ise ilköğretim mezunu olduğunu göstermektedir. Bu durum öğrenim durumunun oldukça üst seviyede olduğu ve ilköğretim mezunlarının çok küçük bir dilimi oluşturduğunu göstermektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre dağılımına bakıldığında; % 37,2 ile (151 kişinin) 31-41 yaş grubunda olduğu, % 26,6 ile (108 kişinin) 41-51 yaş grubunda olduğu, % 25,9 ile (105 kişinin) 21-31 yaş grubunda olduğu ve % 10,3 ile (42 kişinin) 51-61 yaş grubunda olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların çalıştıkları kurumlardaki konumlarına (pozisyonlarına) bakıldığında; % 53,7 ile (218 kişinin), yani katılımcıların yarısından fazlasının memur konumunda olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumu sırasıyla % 18,5 ile (75 kişinin) uzman ve uzman yardımcısı olduğu, % 17,7 ile (72 kişinin) işçi ve diğer çalışanlardan olduğu, % 7,1 ile (29 kişinin) Şef- birim sorumlusu konumunda olduğu ve son olarak % 3 ile (12 kişinin) şube müdürü ve şube müdür yardımcısı konumunda olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında % 76,6 ile (311 kişinin), yani büyük bir bölümünün evli olduğu, % 23,4 ile (95 kişinin) bekâr olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların çalışma sürelerine bakıldığında; % 28,8 ile (117 kişinin) 0-5 yıl arasında çalıştığı, % 25,4 ile (103 kişinin) 6-10 yıl arasında çalıştığı, % 21,9 ile (89 kişinin) 21 yıl ve üzerinde çalıştığı, % 12,3 ile (50 kişinin) 16-20 yıl arasında çalıştığı ve son olarak % 11,6 ile (47 kişinin) 11-15 yıl arasında çalıştığını göstermektedir.

Faktör Analizi

Yapılan çalışmada anket soruları KMO testi doğrultusunda incelenmiş ve değeri 0,865 olarak belirlenmiştir. Örneklemin yeterliliği çok iyi olarak değerlendirilebilir.

Barlett testi sonuçları da ($p<01$); verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum varyansın toplam % 76,842'sini açıklamaktadır.

Tablo 2. Lider Üye Etkileşimi İçin Faktör Analizi

KMO and Bartlett's Test		
Örneklemin Yeterliliğine Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri	,865	
Bartlett Testi Sonuçları	Ki- Kare Değeri	2715,095
	Serbestlik Derecesi (sd)	66
	Anlamlılık Değeri (Sig.)	,000

Tablo 3. Yetenek Yönetimi İçin Faktör Analizi

KMO and Bartlett's Test		
Örneklemin Yeterliliğine Yönelik Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Değeri	,945	
Bartlett Testi Sonuçları	Ki- Kare Değeri	5513,707
	Serbestlik Derecesi (sd)	153
	Anlamlılık Değeri (Sig.)	,000

Yapılan çalışmada anket soruları KMO testi doğrultusunda incelenmiş ve değeri 0,945 olarak belirlenmiştir. Örneklemin yeterliliği çok iyi olarak değerlendirilebilir.

Barlett testi sonuçları da ($p<01$); verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum varyansın toplam % 53,040' ını açıklamaktadır.

Korelasyon Analizi

Lider-üye etkileşiminin genel düzeyi ile yetenek yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur ($r=0.628$; $p<0.01$). Lider-üye etkileşimi genel düzeyinin, yetenek yönetimi ile ilişkisinin varlığı, araştırmanın H1 hipotezinin kabul edildiğini göstermiştir.

Tablo 4. Lider üye etkileşimi ve alt boyutları ile yetenek yönetimi korelasyon analizi

		Yetenek Yönetimi
Lider-Üye Etkileşimi	r	,628**
	p	,000
Etki Boyutu	r	,332**
	p	,000
Bağlılık Boyutu	r	,510**
	p	,000
Katkı Boyutu	r	,606**
	p	,000
Profesyonel Saygı Boyutu	r	,501**
	p	,000

Etki boyutu ile yetenek yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur ($r=0.332$; $p<0.01$). Bulgular araştırmanın H2 hipotezinin kabul edildiğini göstermiştir.

Bağlılık boyutu ile yetenek yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur ($r=0.510$; $p<0.01$). Bulgular araştırmanın H3 hipotezinin kabul edildiğini göstermiştir.

Katkı boyutu ile yetenek yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur ($r=0.606$; $p<0.01$). Bulgular araştırmanın H4 hipotezinin kabul edildiğini göstermiştir.

Profesyonel saygı ile yetenek yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur ($r=0.501$; $p<0.01$). Bulgular araştırmanın H5 hipotezinin kabul edildiğini göstermiştir.

Regresyon Analizi

Lider-üye etkileşimi ile yetenek yönetimi arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlılığı ANOVA testi ile incelenmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna göre lider-üye etkileşimi boyutları ile yetenek yönetimi arasındaki ilişki doğrusal regresyon modeliyle incelenebilir. Ayrıca model için düzeltilmiş R^2 katsayısı 0,429 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, yetenek yönetiminin değişkenliğinin %42,9'unun doğrusal regresyon modeli aracılığıyla lider-üye etkileşimi boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablo 5. Lider Üye Etkileşimi ve Yetenek Yönetimi Regresyon Analizi

	Kareler top.	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Regresyon	116,883	4	14,376	47,723	,000b
Hata	152,334	401	,301		
Toplam	269,217	405			
R	,659 ^a	R ²	,434	Düz. R ²	,429

a. Bağımlı Değişken: Yetenek Yönetimi

b. Tahmin ediciler: (Sabit), Etki, Bağlılık, Katkı, Profesyonel Saygı.

Buna göre bağımlı değişken (Y) yetenek yönetimi, bağımsız değişken (X)'te lider-üye etkileşimi olmak üzere doğrusal regresyon modeli;
 $Y = 0,550 + 0,429 * X$ olarak elde edilir.

Tablo 6. Doğrusal Regresyon Modelinin Katsayılarının Tahmini

Model		Katsayılar	Standartlaştırılmış Katsayılar	t.	Sig.
		B	Beta		
1	sabit	550		2,553	0,11
	Etki	-,068	-0,56	-1,175	2,41
	Bağlılık	,200	,201	4,176	0,00
	Katkı	0,333	,371	7,074	0,00
	P. Saygı	,292	,251	4,909	0,00

Bağımsız değişken olarak alınan dört boyuttan üç boyutun (bağlılık, katkı ve profesyonel saygı) katsayıları anova testine göre anlamlı bulunmuştur. Sadece etki boyutunun katsayıları istatistiksel olarak anlamsızdır. Elde edilen modele göre bağlılık, katkı ve p. saygı boyutlarının yetenek yönetimi üzerinde pozitif etkisi vardır. Buna göre yetenek yönetimini Y, bağlılık boyutu X¹, katkı boyutu X² ve profesyonel saygı boyutu X³ ile gösterilirse doğrusal regresyon modeli;

$$Y = ,550 + 0,200 * X^1 + 0,333 * X^2 + 0,292 * X^3 \text{ olarak elde edilir.}$$

Bağlılık boyutu aynı yönde yani pozitif olarak Y'yi % 20,1 oranında, katkı boyutu aynı yönde yani pozitif olarak Y'yi %37,1 oranında ve profesyonel saygı boyutu doğrusal yönde yani pozitif olarak Y'yi %25,1 oranında etkilemektedirler. Bu bağlamda H6 Lider-üye etkileşimi boyutlarının yetenek yönetimine etkisi farklıdır şeklindeki alt hipotezin kabul edildiğini göstermektedir. Çünkü lider-üye etkileşiminin üç alt boyutunun da yetenek yönetimine etkisinin farklı olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, lider-üye etkileşiminin ve alt boyutlarının yetenek yönetimi üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda Ankara ilinde bulunan Sağlık İl Müdürlüğü, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Çevre ve şehircilik İl Müdürlüğü ve İşkur İl Müdürlüğü'nde yapılan çalışma ile tespit

edilmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçlarına göre lider-üye etkileşiminin genel boyutu ve bağlılık, katkı, profesyonel saygı boyutları, yetenek yönetimini olumlu yönde etkilemektedir.

Sürekli olarak yeni organizasyonların çıktığı günümüzde üst düzey başarıyı yakalayabilmesi için çağdaş yönetim anlayışlarından yararlanarak, çalışanlarından maksimum düzeyde yararlanması gerekmektedir. Lider-üye etkileşimi ve yetenek yönetimi bu anlayışlardan ikisidir.

Lider pozisyonundaki kişiler ile birlikte görev yaptıkları astları arasında gerçekleşen lider-üye etkileşimi anlayışında, liderlerin astlarıyla farklı tarzlarda gerçekleştirdiği ilişki durumu ifade edilmek istenmektedir.

Çalışmada, Ankara ilinde kamu kurumlarında faaliyet gösteren çalışanlar üzerinde yapılan araştırma kısmında demografik değişkenler açısından elde edilen bulgulara ve lider-üye etkileşiminin yetenek yönetimi olan ilişkisine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Yapılan çalışma neticesinde lider-üye etkileşimi ile yetenek yönetimi arasında bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin katsayısının r^2 değeri 0.434 olduğu tespit edilmiştir. Lider-üye etkileşiminin genel düzeyinin yetenek yönetimini % 43 oranında etkilediği, bağlılık boyutunun yetenek yönetimini %20 oranında etkilediği, katkı boyutunun yetenek yönetimini %33 oranında etkilediği, p. saygı boyutunun yetenek yönetimini % 33 oranında etkilediği anlaşılmıştır. Lider-üye etkileşimi arttığında yetenek yönetiminin artacağı sonucu karşımıza çıkmakta olup bu doğrultuda gereken adımların atılması gerekmektedir.

Öneriler;

- ✓ Liderlerin, iş ortamının daha huzurlu bir hale dönüşmesi için çalışanları ile gerçekleştirdiği ilişkiyi kapsamlı olarak ele alması ve bu doğrultuda çalışanların yeteneklerinden yarar sağlaması gerekmektedir.
- ✓ Organizasyonların ve kurumların mevcut kapasitelerini artırmaya yönelik adımlar atması, organizasyonda daha etkin ve yapıcı bir iletişim ağı oluşturmaları ve yetenek düzeyi yüksek çalışanlar tarafından rağbet gören bir organizasyona dönüşmeyi arzulamaları gerekmektedir.
- ✓ Lider pozisyonunda bulunan kişilerin arzu ettikleri başarıyı yakalayabilmeleri için potansiyellerini en üst sınırına kadar kullanmaları gerekmektedir. Klasik yöneticilerin yaptıkları gibi sadece önüne gelen evrakları imzalayarak yönetsel konulara karışmamak yerine, işin her safhasından haberdar oldukları, astlarına örnek olarak heyecan duymalarını sağlamaları ve üretken olmaları gerekmektedir.
- ✓ Liderlerin altında bulunan çalışanların yeteneklerinin ortaya çıkarılması amacıyla; onları desteklemeleri, daha fazla sorumluluk vermeleri ve karşılıklı etkileşimlerini artırmaları gerekmektedir.
- ✓ Organizasyonların sahip oldukları yetenekli çalışanlar kadar önemli olan bir diğer konu ise dışarda bulunan yetenekli çalışanlarıdır. Organizasyonlar yetenekli çalışanları kendi bünyesine çekmek için cazibe merkezine dönüşmeleri gerekmektedir. Yetenekli çalışan sayısı arttıkça organizasyonun çalışma hızındaki artışla birlikte zaman tasarrufu ve iş yükünün azalması gibi olumlu sonuçlar doğuracaktır. Ayrıca yetenekli çalışanların işi bırakarak rakip firmalara gitmesinin önüne geçilmesi için çalışanlara yönelik zaman zaman ödüllendirme yöntemlerinin (yüksek ücret, tatil gönderme, terfi vb.) kullanılması gerekmektedir.

- ✓ Organizasyonlar çalışanları ile ilgili göz önünde bulundurmaları gereken hususlardan birisi de yetenekli çalışanların en yetenekli oldukları alanda istihdam edilmeleridir. Doğru yerde çalıştırılan bir çalışan daha fazla üretken ve daha fazla katkı sağlayacaktır. Aksi takdirde kabiliyeti dışında bir birimde çalıştırılması, beklentinin karşılanmamasına ve çalışanın motivasyonunu olumsuz etkileyebilir.
- ✓ Organizasyonlar ve kurumların bazılarında lider pozisyonunda bulunanlar kendi altında bulunan önemli pozisyonlara en çok güvendikleri kişileri görevlendirmektedirler. Bu durum uygulama açısından her ne kadar normal karşılanırsa da göreve getirilen kişinin işle ilgili gerekli bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olmaması durumunda; yanlış yönlendirme, işte aksamaya neden olma vb. sorunlar çıkacak olup çalışanlar tarafından dedikoduların çıkmasına ve bu kişilerin küçük görülmesi durumu söz konusu olacaktır. Olumsuz durumlarla karşılaşılmasında için önemli pozisyonlarda görevlendirilen kişilerin güvenilirliğinin yanı sıra yetenekli olmalarına da dikkat edilmeli ve eksiklikleri var ise giderilmesinde yarar olduğu düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Altınöz, M. (2009). Yetenek Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Atlı, D. (2012). Yetenek Yönetimi.1.Baskı. İstanbul: Crea Yayıncılık.
- Aslantaş, C. C. (2007). “Lider-Üye Etkileşiminin Yöneticiye Duyulan Güven Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Çalışma”. Tisk Akademi, Cilt.2, Sayı.3, 161–173.
- Bauer, T. N. ve Green, S. G. (1996). “Development of Leader-Member Exchange: A Longitudinal Test”, Academy of Management Journal, 39 (6), 1538-1567.
- Berger, C. M. (2004). Developing a Talent Management Information Strategy. In Berger, L. A., and Berger, D. R. (Ed.) The Talent Management Handbook USA, UK, et al.: McGraw-Hill. 428-437
- Cevrioglu, E. (2007). Lider-Üye Etkileşimi ile Bireysel ve Örgütsel Sonuçlar Arasındaki İlişki: Görgül Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Cheese, P., Thomas, R. J., and Craig, E. (2008). The Talent Powered Organization, Strategies for Globalization, Talent Management and High Performance. UK: MPG Books.
- Cogliser, C. C. and Schriesheim C. A. (2000). “Exploring Work Unit Context and Leader-Member Exchange: A Multi-Level Perspective”, Journal of Organizational Behavior, Vol. 21. 487-511.
- Collings, D.G. and Mellahi, K. (2009). “Strategic Talent Management: A review and research agenda”, Human Resource Management Review, v.19, n.4, 304–313
- Çağlar, M.E. (2008). Örgütsel İklimin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Davies, B. ve Davies, J.B. (2010). “Talent Management in Academies”. International Journal of Educational Management. 24(5): 418-426.
- Dienesch, R. M. and Liden, R. C. (1986). “Leader Member Exchange of Leadership: A Critique and Further Development”, Academy of Management Review 11, Vol. (3), 618–634.

- Dunegan, K.J., Duchon, D. ve Uhl-Bien, M. (1992). "Examining the Link Between Leader-Member Exchange and Subordinate Performance: The Role of Task Analyzability and Variety as Moderators", *Journal of Management*, 18, 1, 59-76.
- Graen, G. ve Schielmann, W. (1978). "Leader-Member Agreement: A Vertical Dyad Linkage Approach", *Journal of Applied Psychology*, 63, 2, 206-212.
- Graen, G.B., Liden, R.C. ve Hoel, W. (1982). "Role of Leadership in The Employee Withdrawal Process" *Journal of Applied Psychology*, 67: 868-872
- Hartmann, E., Feisel, E. ve Schober, H. (2010). "Talent Management of Western Mncs in China: Balancing Global Çntegration and Local Responsiveness". *Journal of World Business* 45: 169-178.
- Heinsman, H., Hoogh, A.H.B., Koopman, P.L., Muijen, J.J.V. (2008). "Commitment, Control, and the Use of Competency Management". *Personnel Review*. 37(6): 609-628.
- Huselid, M. A., Beatty, R. W. ve Becker, B. E. (2008). Birinci Sınıf Oyuncular mı, Birinci Sınıf Konumlar mı?, Gülfidan, G. (Çev.) *Harvard Business Review*, Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Yayını (MESS Yay. No: 552). 31-49
- Mellahi, K. and Collings, D. G. (2010). The Barriers To Effective Global Talent Management: The Example Of Corporate Élites Çn MNEs. *Journal of World Business*, 45, 143-149.
- Novak, M.A., Graen, G.B. (1987). "Perceived Leader Control as a Moderator of Personal Leader Resources Contributing to Leader-Member Exchange" , *Proceeding of Academy of Management*, 206 - 209.
- Pelligrini, E. K. ve Scandura, T. A. (2006). "Leader-Member Exchange (LMX), Paternalism, and Delegation in the Turkish Business Culture: An Empirical Investigation", *Journal of International Business Studies*, Vol: 37,264-279.
- Prahalad, C. K., ve Hamel, G. (1990). The Core Competence Of The Corporation. *Harvard Business Review*, May-June: 79-91.
- Schutz, P. F., and Carpenter, D. A. (2010). Critical Considerations Of Talent Management and Knowledge Management For Effective hr Planning. In Vaiman, V. (Ed.) *Talent Management of Knowledge Workers Embracing the NonTraditional Workforce*, Palgrave Macmillan, Hampshire-UK. 19-32
- Şerbetçi, D. (2003). "21.Yüzyıl İşletmelerinin Gerçek Zenginlik Kaynağı: İnsan Sermayesi". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı 8: 155-170
- Tepper, B.J., Uhl-Bien, M., Kohut, G.F., Rogelberg, S.G., Lockhart, D.E. ve Ensley, M.D. (2006). "Subordinates ' Resistance and Managers' Evaluations of Subordinates ' Performance", *Journal of Management*, 32, 2, 185 - 209 .
- Wayne, S. J., Shore, L. M. ve Liden, R. C. (1997). "Perceived Organizational Support and Leader-Member Exchange: A Social Exchange Perspective", *Academy of Management Journal*, 40 (1), 82-111.
- Yılmaz, T.F. (2009). "Yetenek Yönetimi Kavramı İçerisinde Yetenek Havuzu Oluşturulması ve Yönetimi" *Maltepe Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı*, Haziran.

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN ŞİDDET ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ELAZIĞ MERKEZ İLÇE ÖRNEĞİ

Yeşim KUBAR¹
Gülşen KIRAL²

ÖZ

Şiddetin; bilim dallarının içeriği, toplumların yapısı ve tarihsel gelişimlerine göre farklı bakış açıları ile incelenmesi nedeniyle net bir tanımı yapılamamaktadır. Genellikle; sertlik, kaba kuvvet kullanma, insanları sindirmek, korkutmak amacıyla uygulanan her tür tutum ve davranış şiddet olarak ifade edilmektedir. Genç bireyler, yaşamlarının önemli bir bölümünü okullarda geçirmektedir. Okullarda, şiddet olaylarının gözlemlenmesi öğrenme sürecine zarar vermekte, gençlerin gelişimlerini engellemekte ve saldırganlaşmalarına neden olmaktadır. Okullarda şiddet olgusu ülkemizin bir gerçeğidir ve en önemli stratejik görev eğitim sistemimize düşmektedir. Araştırmada amaç; Elazığ ili merkez ilçede öğrenim gören lise öğrencilerinin şiddet kavramını nasıl algıladıklarını belirlemek, öğrencilerin okulda şiddet davranışında bulunma, şiddete uğrama durumlarına etki eden faktörleri belirleyerek Millî Eğitim Bakanlığının şiddet olgusuna karşı yürüttüğü çalışmalara katkıda bulunmaktır. Çalışmada; öğrencilerin %79,5'nin şiddete maruz kaldığı, en çok fiziksel şiddete uğradıkları, şiddeti en çok sokaklarda, medyada gözlemledikleri, öğrenciyi şiddet eğiliminden alı koyan en önemli etmenin aldıkları ahlaki ve kültürel eğitim olduğu, şiddet olaylarının en önemli sebebinin ahlaki değerlerdeki bozulma olduğu, en çok erkeklerin şiddet davranışında bulunduğu, şiddete uğrayan öğrencilerin şiddet davranışında bulunma olasılıklarının, hiç şiddete uğramayan öğrencilere göre daha yüksek olduğu, üzerinde silah, kesici alet taşıyan öğrencilerin taşımayan öğrencilere göre ve hata yaptığında ailesi tarafından azarlanan öğrencinin azarlanmayanlara göre okulda şiddet davranışında bulunma olasılığının yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şiddet, Eğitim, Binary ve Multinomial Lojit, Lise, Elazığ

VIOLENCE PERCEPTION OF HIGH SCHOOL STUDENTS: A CASE OF ELAZIG CENTRAL DISTRICT

ABSTRACT

Due to the content of the branches of science, the structure of the societies and their historical development, different perspectives and different variables the violence cannot be defined clearly. However, violence in general can be defined in the form of hardness, rigid behavior, brute force and is expressed as any attitude and behavior applied in order to intimate and scare people. Young individuals spend a significant part of their lives in schools for education. Observation of violence in schools harms the learning process, hinders the development of young people and causes them to become aggressive. Violence in schools is a fact of our country and the most important strategic task falls on our education system. The purpose of this research to find how high school students in the central district of Elazığ perceive the concept of violence and to determine the factors affecting violent behavior of students in school. This study contribute to increasing the effectiveness of the studies against violence carried out by the Ministry of National Education. Study shows, 79,5% of the students were subject to violence. They mostly subject to physical violence. Most of them observed the violence in streets and in the media. The most important factor that prevented the student from the tendency of violence is the moral and cultural education. And the most important reason for the violence is the deterioration in moral values. Most of the men have violent behaviors. Students who are exposed to violence are more likely to tend to violence than students who have never been exposed to violence. Students who carry a gun or a sharp object

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, ykubar@firat.edu.tr, 0000-0002-3439-9430

² Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, vkiral@cu.edu.tr, 0000-0002-0541-0178

Received/Geliş: 26/06/2019 Accepted/Kabul:01/10/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Kubar, Y. ve Kiral, G. (2019), "Lise Öğrencilerinin Şiddet Algısı Üzerine Bir Araştırma: Elazığ Merkez İlçe Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.354-374.

are more likely to show violence than those who do not. Students who were condemned when made a mistake in their parents were more likely to be violent at school than those who were not condemned.

Keywords: Violence, Education, Binary and Multinomial Logit, High School, Elazığ

Giriş

Şiddet; sertlik, katılık, öfkeli ve tahammülsüz anlamlarına gelmekte, zorbalık, kaba kuvvet, zarar vermek manalarıyla kullanılmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) 2014 yılında ifade ettiği şekliyle; "bireyin fiziksel ya da zihinsel olarak kötü muameleye maruz kalması, suistimale uğraması ya da sömürülmesi" şiddet olarak kabul edilmektedir. Şiddet dar anlamıyla, kişilere ve nesnelere yönelik düşmanlık ve öfke duygusunun, yoğun ve yıkıcı bir şekilde ortaya çıkmasıdır (Budak, 2003:712). Şiddet; insanların bedensel bütünlüğüne karşı dışarıdan yöneltilen, sert ve acı verici bir edim olarak ifade edilmektedir (Şener ve Özan, 2013: 8). Şiddette güç kullanımı yanı sıra saldırganlığı yansıtan tüm söz, yaklaşım, hareketler, bedensel ve ruhsal etkilenmeler önemlidir. Çeşitli şekillerde çıkar elde etmek amacıyla, bireylerin veya bir topluluğun diğer birey veya topluluğa karşı göstermiş olduğu, incitmek, zarar vermek amaçlı bilinçli davranışlar şiddetin içeriğini oluşturmaktadır (Gurr, 1973:359-392).

Psikolojik anlamda şiddet ve saldırganlık; engellenmenin, bir sonucu olarak, ruhsal düzeyde yolunda gitmeyen süreçler sonucunda ortaya çıkmaktadır. İnsan ilişkilerinde ruhsal açıdan yaşanan yaralanma, sevgi ve şefkat yetersizliği, reddedilme, değer verilmeme, kendini ifade edememe, ağır baskı ve tehdit altında bulunma, sağlıklı bir benlik gelişimini engellemektedir (Hökelekli, 2007:61-78). Ahlaki şiddet ise, bireyin ahlaki değerlerine karşı yöneltilmiş ve kişinin ahlaki yaşam tarzını tehdit eden her türlü tutum ve davranış olarak tanımlanmaktadır. Bireyin haklarına ulaşmasını yasa yoluyla engellemek veya yasayı evrensel hukuk kurallarına aykırı olarak bireyin aleyhine yorumlamak ise yasal şiddettir. Ekonomik faaliyetlerin yasa yoluyla engellenmesi ve kişinin başkalarına sağlanan ekonomik destekten mahrum bırakılması ise ekonomik şiddet olarak kabul edilmektedir (MEB, 2008: 1).

Şiddetin okullarda ve toplumsal yaşamda nasıl oluştuğu ve kabul görüp görmediği son derece önemlidir. Şiddet, maruz kalanlar tarafından meşru görülüyorsa şiddet olmaktan çıkarak bir alışkanlığa dönüşmektedir. Şiddet bir yaşam biçimi olarak benimseniyorsa, sorun olarak görülmemekte aksine sorun çözümlerinin bir aracı olarak kabul edilmektedir.

Şiddet olgusunu ortaya çıkaran, şiddet davranışlarına kaynak olan genel ve alt faktörler bulunmaktadır. Genel faktörlerden biri bireysel faktörler olarak ifade edilmekte; anti-sosyal davranışın varlığı, düşük zekaya sahip olma, dikkat bozukluğu, öğrenme güçlüğü, motor-beceri gelişiminin yetersiz olması, doğum öncesi ve sonrası komplikasyonlar, küçük düzeyde bazı anormallikler alt faktörler olarak açıklanmaktadır (Buka ve Earls,1993.46-60). Aileye İlişkin Faktörler; ebeveyn denetimin yetersizliği, çocukların sosyalleşmelerinde ebeveyn katılımının yetersizliği, ebeveyn disiplininin yetersizliği, aile bireyleri arasında kriminal davranışın varlığı, ebeveynlerin çocuklarına kötü muamelede bulunmaları, eşler arasındaki evlilik ilişkilerinin zayıflığı, ebeveynlerin boşanmaları ve ayrılmaları yer almaktadır. Toplumsal faktörler okullarda yaşanan şiddeti de açıklayan bir özellik göstermekte ve silahların varlığı veya silahlara kolay bir biçimde

sahip olabilmek, uyuşturucu elde etme ve kullanma, şiddetin yaygınlığı, suçlu arkadaş grubunun varlığı, kitle iletişim araçlarının etkisi, yüksek düzeydeki geçici nüfus ve ekonomik yoksunluk, şiddet davranışını sıradan ve normal olarak görülmesini sağlayan bir kültürel yapının varlığı olarak tanımlanmaktadır. İnsan davranışları yaşamı boyunca edindiği değerler sistemi ile yakından ilişkilidir. İnsanlar; aile içi yaşamlarıyla, okul döneminde, iş hayatında, arkadaş çevresinde değerlerini kazanmakta ve bu değerlerle davranışlarını, tutumlarını belirlemektedirler. Evrensel ve toplumsal değerleri benimsemiş toplumlarda şiddetin olaylarının düşük seviyede olacağı düşünülmektedir. Ancak bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve internetin her an ulaşılabilir olması şiddetin yaygınlaşmasında, artmasında ve değerlerin yok olmasında etkili araçlar olarak ilk sıralarda yer almaktadır.

Dünyada ve Türkiye’de yapılan araştırma sonuçlarına göre, şiddet olayları artış göstermektedir (Özür vd. 2011: 54). Bu sonuca paralel olarak gelişen bir diğer durum ise okuldaki şiddet olgusudur ve kaygı verici olarak ilerlemektedir. Şiddeti kavramı araştırılırken, nelerin şiddet olarak algılanacağı önemlidir çünkü aynı tutum ve davranışlar, kişilik tipleri göre farklı algılanmakta, bazıları aynı tutum ve davranışı şiddet olarak algılamakta, bazıları aynı tutumu şiddet olarak görmemekte, olağan bir durum olarak değerlendirebilmektedir. Bu durumda hangi davranışların şiddet olarak kabul edileceği; bireylerin kültürel ve inanç yapılarına, değer yargılarına, kişilik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Öğrencilerin şiddet kavramına ilişkin algılarının belirlenmesinin eğitimsel önlemlerin alınması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada, Elazığ ili merkez ilçesine bağlı devlet ve özel liselerde eğitim gören 1032 öğrencinin şiddet algıları, şiddetin nedenleri tespit edilmeye çalışılmış elde edilen bulgular ile gerekli önlemlerin alınması için tavsiyelerde bulunmak amaçlanmıştır.

Literatür

Özgür vd. (2011) “Lise Öğrencilerinin Şiddet Algıları, Şiddet Eğilim Düzeyleri ve Etkileyen Faktörler” adlı çalışmalarında; lise öğrencilerinin şiddetle karşılaşma ve şiddeti algılama durumlarını, şiddet eğilim düzeylerini ve bunu etkileyen faktörleri belirlenmesi amaçlamıştır. Araştırmada sayı-yüzde dağılımı, Mann Whitney-U testi ve Kruskal Wallis test analizleriyle öğrencilerin %10,3’ünün şiddete maruz kaldığı ve bu öğrencilerin yarısından fazlasının (%51,4) bu şiddeti arkadaşları tarafından okulda yaşadığı saptanmıştır. En yüksek oranda şiddet türü “fiziksel şiddet”, algılanan şiddet kaynağı “dayak” olarak belirtilmiştir. Şiddet eğiliminde etkili faktörlerin ise öğrencilerin cinsiyeti, buldukları sınıf, ailenin gelir düzeyi ve babanın çalışma durumu olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak, öğrencilerin şiddet deneyimlerinin az olmasına karşın, şiddet eğilimlerinin orta düzeyde olduğu, şiddet yaşama konusunda risk grubu oluşturduğu, ekonomik durumun şiddet eğiliminde etkili faktörler olduğu belirlenmiştir.

Taylan (2011) çalışmasında, Konya İl Merkezindeki Ortaöğretim Okullarını temsilen seçilen sekiz lisede öğrenim gören 640 öğrenci üzerine soru formu yardımıyla uygulanan saha araştırmasında Ki-Kare, t-Testi, ANOVA, hiyerarşik çoklu regresyon analizi ve lojistik regresyon analizi tekniklerini kullanarak, lise öğrencilerinden televizyonu çok izleyenlerinin az izleyenlerden; daha fazla acımasız ve tehlikeli dünya algısına, daha fazla şiddet algısına, daha fazla suç korkusuna sahip olduğu sonuçlarına ulaşmıştır.

Şahin ve Owen (2009) çalışmalarında, Kayseri ilindeki dört lisede öğrenim görmekte olan (n=1011) öğrencilerle; öğrencilerin psikolojik ihtiyaçlarını ölçmek için temel psikolojik ihtiyaçlar ölçeği, saldırganlık ölçeği kullanarak öğrencilerin kişisel ve sosyal özellikleri hakkında bilgi toplamış ve verilere iki yönlü varyans analizi, Scheffé çoklu karşılaştırma testi uygulayarak; öğrencilerinin saldırganlık puanı üzerinde ilişki ihtiyacı ile serbest zamanlarda yapılan etkinliğin türü, özerklik ihtiyacı ile cinsiyet değişkenlerinin ortak etkisi değişkenlerini anlamlı bulunurken; diğer değişkenlerin ortak etkileri anlamlı bulunmamıştır. Cinsiyetin, algılanan anne tutumunun, algılanan baba tutumunun, ailede şiddet uygulanma durumunun, ilişki ve yeterlik ihtiyaçlarının öğrencilerin saldırganlık puanları üzerindeki temel etkisi anlamlı olduğu, lise öğrencilerinin saldırganlık düzeyleri üzerinde algılanan anne tutumunun anlamlı olduğu, aile içi şiddet uygulanma durumunun öğrencilerin saldırganlık düzeyi üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Genç vd. (2017) çalışmalarında, Antalya il merkezindeki Sağlık/Meslek/Teknik Lisesi; İmam Hatip Lisesi; Genel/Anadolu Lisesi ve Fen/Sosyal/Öğretmen Lisesi okul türlerinde öğrenim gören toplam 2383 lise öğrencisine anket uygulayarak lise öğrencilerinin annelerinden ve babalarından fiziksel şiddet görme sıklığı ve onların şiddetine tanıklık etme sıklığı ile kendilerinin şiddet içeren davranış ve duygularının sıklığı da sorularak ikili ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Betimleyici istatistikler ve ki-kare istatistik tekniği kullanılan çalışmada, lise öğrencilerinden anne ve babalarının fiziksel şiddetine maruz kalanlar, şiddet görmeyenlere göre başkalarına daha fazla fiziksel ve sözel şiddet uyguladıkları; hayvanlara daha fazla şiddet uyguladıkları; daha fazla kızgınlık, saldırganlık ve öfke duygusu hissettikleri ve kendine daha fazla zarar verdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Aynı şekilde ebeveynler arasında şiddete tanıklık eden gençlerin, tanıklık etmeyenlere göre daha fazla sözel ve fiziksel şiddet eğilimi gösterdikleri; kızgınlık, saldırganlık ve öfke duygusunu daha fazla hissettikleri, kendilerine daha fazla zarar vermekte ve hayvanlara daha fazla şiddet uyguladıkları sonuçları elde edilmiştir.

Arslan (2015) çalışmasında, Batman ili merkez ilçe okullarında yaşanan şiddet olaylarının dinamiklerini anlamak, hangi zaman diliminde, hangi ortamlarda, hangi neden ve koşullarda ortaya çıktığını tespit etmek amacıyla toplam 430 öğretmen ile görüşmüş araştırma sonuçlarına göre, öğrenciler arasında sözel, fiziksel, duygusal şiddet türlerinde artış görüldüğü. Ayrıca hırsızlık, okul eşyasına zarar verme, sigara içme, uyuşturucu kullanma, kesici aletlerle kavga etme şeklindeki davranışların da giderek yaygınlaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Göldağ (2015) çalışmasında, Malatya Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören 307 öğrenciye anket uygulayarak verilerin çözümlenmesinde, aritmetik ortalama, standart sapma, frekans, yüzde, Mann Whitney U testi, Kruskal Wallis H testi kullanmış, öğrencilerin şiddet eğilim düzeylerinin, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşmışlardır. Kız öğrencilerin şiddet eğilim düzeyleri erkek öğrencilere göre daha düşük çıkmıştır. Araştırmada elde edilen diğer sonuçlara göre öğrencilerin; güç, başarı ve uyarılım değerleri puanları arasında, şiddet eğilimi düzeylerine göre anlamlı bir farklılık bulunduğu, hazcılık, öz yönelim, yardımseverlik, evrenselcilik, geleneksellik, uyma, güvenlik ve toplam değer puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın Önemi ve Veri

Lise öğrencilerinin şiddet kavramına ilişkin algılarının belirlenmesi, artan şiddet olaylarının önlenmesi için son derece önemlidir. Şiddet önlenemezse günden güne kuşaktan kuşağa yayılan bir özellik göstermekte, şiddetin yaygınlaşması toplumda sosyal aksaklıkların oluşmasına neden olarak toplumun geleceğinin sağlam temellere dayanmasını engellemektedir. Bu nedenle şiddet önlenmesi zorunlu bir olgudur. Genç bireyler arasında şiddet en fazla görüldüğü yaş grubu 15-16 yaşlarıdır ve bu yaş grubu risk faktörü oluşturmaktadır. Bu dönem öğrencilik dönemi olarak ifade edildiği için okul ortamında şiddetin varlığı ve boyutlarının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, araştırma 15-18 yaş grubunun eğitim gördüğü lise eğitim düzeyinde gerçekleştirilmiştir.

Çalışma bir alan araştırmasıdır ve araştırma, 2017-2018 eğitim ve öğretim yılında Elazığ ili merkez ilçede bulunan 42 lisede okuyan 1032 öğrenciyle yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirilmiş, gönüllük esasına bağlı kalınarak tamamlanmıştır. Yanlış ve eksik veri girişleri neden ile 68 anket iptal edilip toplam da 1032 anket üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra incelemek istediğimiz bağımlı değişkenlere bağlı olarak uygun ekonometrik modeller multinominal ve binary lojistik regresyon modelleri) kullanılarak analizler yapılmıştır. Analizler SPSS 21 ve Stata I/C 14.2 programları aracılığı ile yapılmıştır.

Anket içinde üç ayrı alt ölçek olup, bunlarda sırası ile öğrencinin kendisi, ailesi ve okulu ile ilgili şiddet algılarına ait bilgileri içermektedir. Üç ölçek için güvenilirlik analizi yapılmış Cronbach Alfa değerleri her üç ölçekte de yeterli düzeyde (>0,70) olduğundan analizlere geçilmiştir.

İncelemek istediğimiz bağımlı değişkeni en iyi açıklayan bağımsız değişkenleri belirleyebilmek için çok sayıda model spesifikasyonları denenmiş, istatistik açıdan en iyi olan model bulunarak analizler tamamlanmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılanların %47,6 sı erkek, %52,4 ü kadındır. Aile ekonomik düzeyi değişkenine bakıldığında %54,4 ü orta, %27,7 si de düşük gelir kategorisindedir. Ebeveyn eğitim düzeylerine bakıldığında çoğunluğun lise ve altı eğitim seviyesine sahip oldukları, babalarda %20,7 lik annelerde ise %9,8 lik bir oranda üniversite mezunu oldukları gözlemlenmiştir. Öğrencilerin %38,5 inin babası esnaf, işçi, çiftçi kategorisinde iken %37,2 si memur ve emekli olduklarını söylemişlerdir. %24,3 ü ise serbest meslek ile uğraşmaktadır. Öğrencilerin %79,5 i şiddete uğradığını ve en çok da %31,9 ile fiziksel şiddete uğradıklarını beyan etmişlerdir. Fiziksel şiddeti %29 ile sözel şiddet ve hemen ardına %20,5 ile ekonomik şiddet takip etmektedir.

Genel olarak ebeveyn tutumlarına bakıldığında öğrencilerin %41,9'u annelerinin kendileri ile ilgili %15,4'ü arkadaş gibi, %15,9'u da koruyucu olduğunu %5,3 lük küçük bir oranda ilgisizlik problemi ile karşı karşıya kaldıkları söylemişlerdir.

Okullarda şiddet olaylarının çıkmasının en önemli sebebi; %15,9 ile okullarda sosyal faaliyet yetersizliği, %15,8 ile yoksulluk ve %13,6 ile çevrenin olumsuz etkilerinin olduğu vurgulanmıştır. Bunu takiben %11,6 ile ahlaki değerlerdeki bozulma ve %10,7 ile medyadaki şiddet içerikli oyunların geldiği de görülmektedir. Okulda şiddet görüyor musunuz? sorusuna %83,7 si hayır cevabını vermiştir. Okulda silah ya da kesici alet taşıma oranı %17,8 ile düşük bir orandadır. Size yapılan şiddete nasıl karşılık verirsiniz sorusuna ise %47,7 si şiddetle karşılık veririm cevabını işaretlemiştir. Karşılık vermeden

ortamdan uzaklaşmayı tercih edenlerin oranı %29,5 ler de kalmıştır. Şiddete uğradığınızda ilk kiminle paylaşsınız? sorusuna öğrencilerin %43,9'u yakın arkadaşımı cevabını verirken ailemle paylaşırım cevabını verenlerin oranı %40,7 olarak elde edilmiştir. Hiç kimse ile paylaşım yapmayı düşünmeyen kişilerin oranı %1,4 ile çok düşüktür. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%56,4'ü) korku, aksiyon izlemeyi tercih ederken %25,5'i komedi, %18,1 i ise belgesel, haber, bilim, din programlarını izlemeyi tercih etmektedirler. Okulda öğrenciyi şiddet eğiliminden alı koyan etmen olarak en çok %53,2 ile aldıkları ahlaki ve kültürel eğitim olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bunu %24,9 ile ceza alma korkusu takip etmektedir. Hiç korkusu olmayan ya da alıkoyan bireyin olmadığını savunan kişilerin oranı %0.04 ile çok düşüktür. En çok şiddeti nerede gözlemliyorsunuz sorusuna verilen cevaplara bakıldığında ise öğrencinin ev ve okuldan ziyade şiddeti sokaklarda, maçalarda, medyada gözlemlediği sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilere göre okuldaki şiddet olaylarının en önemli sebebi %30,8 ile ahlaki değerlerdeki bozulma olarak seçilmiştir. Bunu aile için eğitimin yeterli olmaması seçeneği de %25,5 ile takip etmektedir. Size karşı şiddetin tanımı nedir sorusuna öğrencilerin %38,2 si kaba kuvvet, dayak, %32,1 i ise psikolojik baskı yanıtlarını vermişlerdir. Bu tanımları %7,8 ile savaş, terör, %5,6 ile kontrolsüzlük takip etmektedir.

Tablo 1: Modellerde Kullanılan Değişkenlerin Tanıtımsal İstatistikleri

		Frekans	Yüzdesi	Kod
Cinsiyet (S2)	Kadın (Referans)	541	52,4	0
	Erkek	491	47,6	1
Ne Tür Şiddete Uğradınız? (S13)	Ekonomik	212	20,5	1
	Sözel	299	29	2
	Fiziksel	329	31,9	3
	Hiç uğramadım (Referans)	192	18,6	0
Baba Meslek (S7)	Memur Emekli (Referans)	384	37,2	0
	Esnaf	397	38,5	1
	Serbest	251	24,3	2
Şiddeti gözleme yeriniz (S11)	Ev-Okul (Referans)	252	24,4	0
	Medya	253	24,5	1
	Sokak-Maç	525	50,9	2

Şiddete Uğrama Durumuz (S12)	Hayır (Referans)	212	20,5	0
	Evet	820	79,5	1
Silah-Kesici alet taşıma Durumu (S16)	Hayır (Referans)	847	82,1	0
	Evet	184	17,8	1
Okulda şiddet yapma durumu (S15)	Hayır (Referans)	677	65,6	0
	Evet	355	34,4	1
Ne tür program izlemeyi tercih ediyorsunuz? (S19)	Korku-macera-Aksiyon (Referans)	582	56,4	0
	Belgesel-Haber	187	18,1	1
	Komedi-Spor-Magazin	263	25,5	2
Aile Ekonomik Düzey (S4)	Düşük	286	27,7	0
	Orta	561	54,4	1
	Yüksek	185	17,9	2
Anne Tutum (S8)	Koruyucu-otoriter-disiplinli	300	29,1	0
	İlgisiz mesafeli	141	13,6	1
	İlgili, arkadaş gibi	591	57,3	2
Baba Tutum (S9)	Koruyucu-otoriter-disiplinli	364	35,3	0
	İlgisiz mesafeli	186	18	1
	İlgili, arkadaş gibi	482	46,7	2
Şiddeti tanımlaması (S10)	Kaba kuvvet	394	38,2	0
	Kapkaç, savaş terör, kontrolsüzlük, tehdit	165	16,1	1
	Psikolojik baskı, küfür hakaret, kaba söz ve diğer	471	45,7	2

Yöntem

Regresyon yöntemleri; bağımlı ve bağımsız değişken(ler) arasındaki ilişkiyi modelleme, katsayı kestiriminde bulunma, bağımlı değişkeni etkileyen en önemli değişken(ler)i

bulma, veriyi özetleme gibi çeşitli amaçlar için kullanılırlar. Kullanılacak regresyon yöntemi bağımlı değişkenin tipine bağlı olarak belirlenir. Basit ve çoklu regresyon yöntemlerinde bağımlı değişken sürekli iken, lojistik regresyon yöntemlerinde bağımlı değişken kategorik ya da niteliksel veri tipindedir. Lojistik regresyon niteliksel bağımlı değişkenin kategori sayısı ve kategorilerin sırasız ya da sıralanabilir olmasına göre farklı isimler alır. Bağımlı değişken, niteliksel ve iki kategorili cevap değişkeni içeriyorsa modellemede en yaygın kullanılan teknik binary lojistik regresyondur. Bağımlı değişken ikiden fazla kategorili sınıflamalı niteliksel değişken ise multinominal lojistik regresyon, sıralanabilir niteliksel değişken tipinde ise de sıralı lojistik regresyon yöntemi kullanılarak analizler yapılmaktadır (Çokluk, 2010).

Binary lojistik regresyon yönteminde hedef, bağımlı değişkenin sonucunu tahmin edebilecek en sade modeli bulmaktır. Analiz sonucunda elde edilen modelin uygun olup olmadığı ki-kare testi yardımıyla, bağımsız değişkenlerin model için anlamlı olup olmadıkları da Wald testi kullanılarak belirlenir.

Lojistik regresyon analizinde doğrusal regresyon analizindeki varsayımların hiçbiri aranmaz. Bu da araştırmacılara esneklik sağlamaktadır. Analizde temel çıkış noktası bireylerin hangi grubun üyesi olduğunu kestirmede bir regresyon denklemi oluşturmaktır. Lojistik regresyon analizinde bağımlı değişkenin alabileceği değerlerden birinin gerçekleşme olasılığı tahmin edilir.

Lojistik regresyonda “En çok olabirlik yöntemi” adı verilen kestirim yöntemi kullanılır. Bu yöntem gözlenen veri kümesine ulaşma olasılığını maksimum yapacak şekilde bilinmeyen parametreleri tahmin etmemizi sağlar.

Lojistik regresyon, 0 ile 1 arasında değerlerle sınırlı lojistik eğrisi üretir. Lojistik regresyon, lineer regresyona benzer, ancak eğri olasılık yerine hedef değişkenin olasılıklarının doğal logaritması kullanılarak oluşturulur.

$Z = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_p x_p$ olmak üzere, çoklu lojistik regresyon modeli aşağıdaki eşitlik ile tanımlanır. ($\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ regresyon katsayılarıdır)

$$P(Y) = \frac{e^Z}{1 + e^Z} = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

Lojistik regresyon denklemi $P(Y)$ 'in bir lojit dönüşümü olarak ifade edilir ve aşağıdaki olasılık oranı ile tanımlanır:

$$\ln \left[\frac{P(Y)}{1 - P(Y)} \right] = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_p x_p$$

$\frac{P(Y)}{1 - P(Y)}$ ifadesi olasılık oranı (Odds Ratio) (OR) olarak bilinir ve olasılık oranı $\text{Exp}(\beta)$ ile sembolize edilir (Mertler ve Vannatta, 2005). Bu oran üstünlük oranı olarak bilinir ve bir olayın meydana gelme olasılığının, meydana gelmeme olasılığına oranı ile tanımlanır. $\text{Exp}(\beta_p)$ değeri X_p bağımsız değişkeninin bağımlı değişkeni kaç kat fazla (ya da az) başka bir ifade ile yüzde kaç oranında fazla (ya da az) gözlenme olasılığına sahip olduğunu gösterir.

İkiden fazla seçenek arasında tercih yapılması söz konusu olduğunda kullanılan tercih modelleri multinominal lojit modellerdir. Sırasız tercih modellerinden biri olan multinominal lojit modellerinde bağımlı değişken birbirinden bağımsız ikiden fazla seçeneğe sahiptir. Seçeneklerden herhangi birisi diğerinden daha iyi veya daha kötü değildir, yani seçeneklerin arasında herhangi bir sıralama bulunmamaktadır. Bu nedenle,

seçeneklerden birinin yerinin değiştirilmesi sonuçları etkilememektedir. Birey rasyonel davranarak kendisi için en iyi seçeneği yani en fazla faydayı sağlayan seçeneği tercih edecektir. Multinomial lojit modellerinde fayda fonksiyonu bireylerin özelliklerinin doğrusal fonksiyonudur. Ayrıca bu modellerde hata terimleri bağımsızdır ve hata terimlerinin dağılımı normal dağılıma benzese de; sağa eğiktir ve sol kuyruk daha inceyken sağ kuyruk daha kalındır.

Tablo2. Binary Lojit Modelde Kullanılan Değişken Tanımlamaları

	İlgili Soru (Soru Numarası)	Kategorileri (Kodları)
Bağımlı Değişken	Okulda şiddet yapma durumu (S15)	Hayır (Referans)
		Evet (1)
Bağımsız değişkenler	Cinsiyet (S2)	Kadın (Referans)
		Erkek (1)
	Baba Mesleği (S7)	Memur-Emekli (0) (Referans)
		Esnaf-İşçi-Çiftçi (1)
		Serbest (2)
	Şiddeti gözlemleme yeri (S16)	Ev-Okul (0) (Referans)
		Medya (1) Sokak-Maç (2)
	Ne tür program izlemeyi tercih ediyorsunuz?(S19)	Korku-macera-Mafya-Aksiyon(0) (Referans)
Belgesel-Haber –Bilim (1) Komedi –Spor (2)		
Biri üzerime geldiğinde vurabilirim?(B3)	Hiçbir zaman (0) (Referans) Nadiren-Ara sıra(1) Sık Sık- Her Zaman (2)	
Tandığım insanları tehdit ettiğim olmuştur?(B5)		
Birçok insandan daha çok kavga ederim. (B13)		
Ebeveynlerim hatalarında seni azarlar mı? (A4)		

Multinomial lojit modelinin uygun gösterimi, her bağımlı değişken sınıfının olasılığının, bağımsız değişkenin doğrusal olmayan bir fonksiyonu olarak belirlenmesiyle başlar. Modelleri yorumlamak için; olasılıklardaki ayrık değişimler ve fark (odds)

oranlarındaki değişimleri kullanılır. Multinomial lojit modellerinin doğrusal olmaması nedeni ile açıklayıcı değişkenin etkisi olasılıklar üzerinde sabit olmamaktadır. Bu nedenle açıklayıcı değişkenin yorumlanabilmesi için bir karşılaştırma grubu seçilerek marjinal etkiler hesaplanır.

Uygulama

Araştırmada kullandığımız ilk modelin (Model 1) bağımlı değişkeni iki kategorili cevap değişkeni içerdiğinden incelemede binary lojistik regresyon modeli kullanılmıştır. Modelde kullanılan değişkenler Tablo 2 de özetlenmiştir.

Tablo 3'de görüldüğü gibi model anlamlılığı test eden Omnibus test olasılık değeri $p=0,000<0,05$ olduğundan incelemek istediğimiz modelimizde bulunan bağımsız değişkenlerin en azından birinin, bağımlı değişkenin tahminine katkı sağladığı söylenebilir.

Tablo 3 . Binary Lojit Model Katsayılarının Anlamlılığı İçin Omnibus Test

		Ki-Kare	sd	p
Adım1	Adım	148,733	7	,000
	Blok	148,733	7	,000
	Model	148,733	7	,000

Tablo 4'den Hosmer ve Lemeshow (Ki-Kare Uyum iyiliği) testine ait olasılık değerine bakıldığında $p=0,532>0,05$ olması nedeni ile model veri uyumunun yeterli düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 4. Binary Lojit Model Uyum İyiliği Hosmer ve Lemeshow Test Sonuçları

Adım	Ki-Kare	sd	p
1	7,045	8	0,532

Tablo 5'de bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücünün ölçülmesinde kullanılan Cox-Snell ve Nagelkerke R-kare istatistik değerleri görülmektedir. Bu değerler sırası ile %23,4 ve %28,5 olup, bu değerler 0,20-0,40 arasında olduğundan açıklama oranının yeterli olduğu görülmektedir (Şenel-Alatlı 2014:41).

Tablo 5. Binary Lojit Model Özeti

Adım	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Kare	Nagelkerke R Kare
1	1179,756 ^a	,234	,285

a. Dördüncü tekrarda parametre değerleri 0,01 den az değiştiği için tahmin durduruldu.

Model sınıflandırma tablosu (Tablo 6) kategorize edilen bağımlı değişkene atamaları göstermektedir. Analize devam edilebilmesi için hesaplanan doğru atama oranının %50 den büyük olması gerekmektedir. Model sınıflandırma tablosundan doğru

atama oranı %69,5 olarak elde edilmiş olup bu oran analize devam için yeterli bir göstergedir.

Tablo 6. Binary Lojit Model Sınıflandırma Tablosu

Gözlemlenmiş			Tahmin edilen		Doğruluk Yüzdesi
			Siz okulda şiddet davranışında bulundunuz mu?		
			Hayır	Evet	
Adım 1	Siz okulda şiddet davranışında bulundunuz mu?	Hayır	600	77	88,6
		Evet	238	117	33,0
	Genel Yüzde				69,5

a. Kesim değeri 0,500 dir

Tablo 7; Model 1 için elde edilen binary lojistik regresyon analizi sonucu elde edilen katsayıların anlamlılık tablosudur. Tablodan da görüldüğü gibi; cinsiyet değişkenine ait olasılık değeri $p=0,001<0,05$ olduğu için cinsiyet değişkeni, okulda şiddete davranışında bulunma durum değişkenini etkiler. Okulda şiddet davranışında bulunma durumu, erkeklerde kadınlara göre $\text{Exp}(0,4805)=1,616$ kat daha fazla etkilidir. İlgili katsayı (0,4805) pozitif olduğundan cinsiyet değişkeninin bağımlı değişken üzerindeki etkisi pozitif yöndedir.

Okulda ekonomik şiddete uğrayan öğrencinin, okulda şiddet davranışında bulunma olasılığı, hiç şiddete uğramayan öğrencilere göre $\text{Exp}(0,2852)=1,33$ kat daha fazladır. Yine katsayı pozitif olduğundan etki pozitif yöndedir. Okulda sözel ve fiziksel şiddete ile karşılaşan öğrencilerin okulda şiddet davranışında bulunma olasılıkları, okulda hiç şiddet ile karşılaşmayan öğrencilere göre daha yüksektir. Sözel şiddete uğrayan öğrenci $\text{Exp}(1,0564)=2,875$ kat, fiziksel şiddete uğrayan öğrencinin de $\text{Exp}(0,9963)=2,708$ kat daha fazla şiddet davranışında bulunma eğiliminde olduğu görülmektedir.

Ne tür programlar izliyorsunuz? sorusuna verilen cevaplara bakıldığında; belgesel, haber, bilim kurgu, komedi, magazin tarzı film izleyen öğrencilerin korku, mafya, macera tarzı filmi izleyenlere göre şiddet davranışında bulunması olasılığının daha düşük olduğu görülmektedir. (Sırasıyla $\text{Exp}(-0,008)=0,99$, $\text{Exp}(-0,401)=0,66$ kat daha az)

Üzerinde silah ya da kesici alet taşıyan öğrenciler taşımayan öğrencilere göre okulda herhangi bir şiddet davranışında bulunma olasılıkları daha yüksektir. Katsayı pozitif olduğundan etki pozitif yöndedir. Silah ya da kesici alet taşımayan öğrencilere göre taşıyanların şiddet davranışında bulunması $\text{Exp}(0,597)=1,816$ kat daha olasıdır.

Tablo 7. Binary Lojistik Regresyon Sonuçları

	Katsayı	Std.Hata	Z	p	Güven Aralığı %95	
					Alt	Üst
S2=1	,480	,150	3,19	0,001	,185	,775
S7=1	0,285	0,267	1,06	0,287	-,239	,807
S7=2	1,056	0,241	4,41	0,000	,591	1,537
S7=3	0,996	0,242	4,11	0,000	,521	1,471
A4	,222	,109	2,04	0,041	,008	,436
S16=1	,597	,187	3,19	0,001	,230	,964
B5	,3335	,114	2,92	0,004	,109	,557
B13	,3647	,112	3,23	0,001	,143	,586
B3	,2857	,117	2,42	0,015	,054	,516
S19=1	-,008	,241	-0,03	0,973	-,481	,464
S19=2	-,401	,182	-2,20	0,027	-,757	-,044
Sabit	-2,336	,256	-9,12	0,000	-2,83	-1,83

Hata yaptığında ailesi tarafında azarlanan öğrenciler hiç azarlanmayan öğrencilere göre okulda herhangi bir şiddet davranışında bulunması olasılığı $\text{Exp}(0,222)=1,248$ kat daha yüksektir. Annem ve babam hata yaptığım zaman beni azarlar (A4) sorusuna katılım düzeyi arttıkça okulda şiddet davranışında bulunma ihtimali 1,248 kat daha artmaktadır.

Biri çok üzerime geldiğinde vurabilirim (B3) sorusuna verilen cevaplardaki katılım derecesi arttıkça öğrencinin okulda şiddet eğiliminde bulunma ihtimalinin $\text{Exp}(0,2857)=1,33$ kat daha fazla olduğu görülmektedir. Birçok insandan daha çok kavga ederim (B13), sorusuna katılım düzeyi arttıkça okulda şiddet davranışında bulunma ihtimali $\text{Exp}(0,3647)=1,44$ kat daha arttığı görülmektedir. Tanıdığım insanları tehdit ettiğim olmuştur (B5) sorusuna katılım düzeyi arttıkça okulda şiddet davranışında bulunma ihtimali $\text{Exp}(0,3335)=1,395$ kat artmaktadır.

Tablo 8. Binary Lojit Model Marginal Değerler Tablosu

Bağımsız Değişkenler	dy/dx	S.Ha ta	Z	p	Güven Aralığı %95	
					Alt	Üst
S2=1	,091	,028	3,17	0,002	,034	,148
S13=1	,045	,042	1,07	0,283	-,037	,128
S13=2	,195	,041	4,78	0,000	,115	,276
S13=3	,181	,041	4,37	0,000	,100	,263
A4	,041	,020	2,05	0,040	,001	,081
S16=1	,118	,038	3,06	0,002	,042	,195
B5	,062	,021	2,96	0,003	,021	,103
B13	,068	,020	3,29	0,001	,027	,108
B3	,053	,021	2,45	0,014	,010	,096
S19=1	-,001	,046	-0,03	0,973	-,092	,089
S19=2	-,073	,032	-2,25	0,024	-,137	-,009

Tablo 8 deki marjinal etkilere göre yorum yapacak olursak da benzer sonuçlarla karşı karşıya kalmaktayız. Cinsiyet açısından bakıldığında erkeklerin daha yüksek olasılıkla şiddet davranışında bulduklarını, fiziksel ve sözel şiddete uğrayan öğrencilerin şiddet davranışında bulunma olasılıklarının daha yüksek olduğu, en çok şiddet eğilimine sebep veren durumun öğrencinin fiziksel şiddete uğramış olması durumu olduğu görülmektedir. Bunun yanında ailesi tarafından azarlanan öğrenci, kesici alet taşıyan öğrenci korku-aksiyon-macera tarzı film izlemeyi tercih eden öğrencilerin okulda daha çok olasılıkla şiddet davranışında bulunmaktadır. Kavga eğiliminde olan, kaba kuvvet kullanarak (vurarak) kendini savunmayı tercih eden öğrencilerde şiddet eğilimi yüksek olan öğrencilerdir.

Araştırmada incelediğimiz ikinci model (Model 2) için bağımlı değişkenimiz “Ne tür şiddete uğradınız?” sorusuna verilen cevaplar ile belirlenmiş olup cevaplar kendi içinde dört kategoride sınıflandırılmıştır. Bunlar; (0) Hiç şiddete uğramadım (1) Ekonomik şiddet (harçlıksız kalmak), (2) Sözel şiddet (hakaret, alay, tehdit) (3) Fiziksel şiddet (dayak, kaba kuvvet, kapkaç, gasp, cinsel taciz, istismar) olarak gruplandırılmıştır. Bağımlı değişkenin cevaplarının sırasız dört kategori ile tanımlanması nedeni ile model multinominal lojit regresyon kullanılarak oluşturulmuştur. Seçilen modelin

anlamlılığının kontrolü için modelin uygunluğu testlerinin tamamı yapılmıştır. Model 2 de kullanılan değişken tanımlamaları Tablo 9 da özetlenmiştir.

Tablo 9. Multinomial Lojit Regresyon Model Değişkenleri, Kategorileri ve Kodları

	İlgili Soru (Soru Numarası)	Kategorileri (Kodları)
Bağımlı Değişken	Ne tür şiddete uğradınız? (S13)	Hiç Uğramadım (0) (Referans) Ekonomik (1) Sözel (2) Fiziksel (3)
Bağımsız Değişkenler	Cinsiyet (S2)	Kadın (Referans) Erkek (1)
	Baba Mesleği (S7)	Memur-Emekli (0) (Referans) Esnaf-İşçi-Çiftçi (1) Serbest (2)
	En Çok Şiddet Nerede gözlemliyorsunuz? (S11)	Ev-Okul (0) (Referans) Medya (1) Sokak-Maç (2)
	Hiç Şiddete Uğradınız mı? (S12)	Hayır (0) Referans Evet (1)
	Ebeveynlerim hatalarında seni azarlar mı? (A4)	Hiç azarlamaz (Referans) Nadiren-Arasıra (1) Sıkı sık (2)

Tablo 10’da model uygunluk test sonuçları görülmektedir. Modelin önemli olmadığını söyleyen H_0 hipotezi, ilgili hipoteze karşılık gelen olasılık (p) değerinin 0,05 den küçük olması nedeni ile red edilir. Yani, incelenen multinominal lojit model anlamlıdır. Modeldeki regresyon katsayılarının en azından biri sıfırdan farklıdır.

Tablo 10. Multinominal Lojit Model Uygunluğu Testi

Model	-2LL	Ki-Kare	sd	p
Sabit terimli	1337,53			
Genel (Doymuş)	559,71	777,81	24	,000

Modelin uyum iyiliğini ifade edebilmek için Sapma (Pearson ve Deviance) ve Ki-kare değerlerinden yararlanılmaktadır. Model 2 ye ait değerler Tablo 11 den itibaren verilmiştir.

Tablo 11. Multinominal Lojit Model Uyum İyiliği Testleri (Goodness-of-Fit)

	Ki-Kare	sd	p
Pearson	298,36	282	,24
Deviance	229,28	282	,99

İlgili yokluk ve karşıt hipotezleri sırasıyla “Model verilere uygundur” karşın “Model verilere uygun değildir” şeklinde olup elde edilen sonuçlar Tablo 11’de görülmektedir. Her iki sapma içinde ilgili olasılık değerleri sırası ile 0,241 ve 0,991 olup bu değerler 0,05 den büyük olduğu için H_0 hipotezi kabul edilir. Yani model verilere uygundur.

Tablo 12. Multinominal Lojit Model Pseudo R-Kare Değerler Tablosu

Cox ve Snell	,530
Nagelkerke	,567
McFadden	,277

Tablo 12’de Pseudo R-kare değerlerini (Cox ve Snell, Nagelkerke ve McFadden) görmekteyiz. Bu değerler bağımlı değişkenin yüzde kaçının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını gösterir. Tablo 12’deki değerlerin hepsi 0,20 nin üzerindedir. 0,20-0,40 arası değerlerin yeterince iyi olduğu bilinmektedir (Şenel, Alatl 2014:41). Dolayısıyla bağımlı değişkendeki değişiminin, bağımlı değişkenler tarafından açıklanabilen kısmının yüzdelik olarak değerini veren farklı uyum iyiliği R^2 değerleri yeterince yüksek olduğu söylenebilir.

Lojistik regresyon modelinde bulunan bağımsız değişkenlerin anlamlılığı olabirlik oran testi ile ölçülür. Tablo 13 de verilen olabirlik oran testi tablosuna bakacak olursak tüm olasılık değerleri 0,05 den küçük olması nedeni ile modele dâhil ettiğimiz tüm değişkenlerin model için anlamlı olduğunu söyleyebiliriz. Yani cinsiyet, babanın mesleği, şiddete uğrama yeri ve ebeveynin çocuğu hata yaptığımda azarlama durumu değişkenleri öğrencilerin ne tür şiddete maruz kaldınız değişkeni üzerinde etkilidir.

Tablo 13. Multinomial Lojit Model Olabilirlik Oran Testi Sonuçları

Etki	İndirgenmiş Modelin -2 Log Likelihood	Ki-Kare	sd	p
Sabit	559,716 ^a	,000	0	.
Cinsiyet	583,685	23,96	3	,000
Baba Meslek	579,022	19,30	6	,004
En Çok Şiddet Nerede gözlemliyorsun?	597,568	37,85	6	,000
Hiç Şiddete Uğradın mı?	1,188E3	628,63	3	,000
Ebeveynlerim hatada beni azarlar	583,906	24,19	6	,000

a.Bu azaltılmış model nihai modele eşdeğerdir, çünkü etkinin ihmal edilmesi serbestlik derecelerini arttırmaz

Model 2 de kullandığımız bağımlı değişken “Ne tür şiddete maruz kaldınız?” sorusuna verilen cevaplar ile belirlenmiş olup cevaplar; fiziksel şiddet, ekonomik şiddet, sözel şiddet ve hiç şiddete uğramadım olarak alt kategorilere ayrılmıştır. Hiç şiddete uğramadım referans kategorisi olarak alınmıştır. Bağımlı değişkenin kendi içinde sırasız dört kategori olması nedeni ile de multinomial lojit regresyon modeli kullanılarak analizler yapılmıştır. Tablo 14’de multinomial lojit parametre tahminine ilişkin test sonuçlarını görmektediriz. Tablodan bağımsız değişkenlerin tamamının en az bir alt kategori ile bağımlı değişkene verilen cevaplar üzerinde etkin olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Multinomial Lojit Regresyon Alt Kategorileri Anlamlılık

					Güven Aralığı %95		
S13	Sabit	Std. Sapma	Z	p	Alt	Üst	
1	S2=1	,122	,334	0,37	0,715	-,5336	,778
	S7=1	,770	,387	1,99	0,047*	,0108	1,53
	S7=2	-,758	,450	-1,68	0,093**	-1,642	,125
	S11=1	-,783	,488	-1,60	0,109	-1,741	,173
	S11=2	-1,070	,454	-2,36	0,018*	-1,961	-,180
	S12=1	5,165	,412	12,51	0,000*	4,356	5,974
	A4	,421	,245	1,72	0,086**	-,0591	,901
	Sabit	-2,106	,559	-3,77	0,000*	-3,202	-1,010

2	S2=1	,0451	,336	0,13	0,893	-,6139	,7043
	S7=1	,370	,388	0,95	0,340	-,3910	1,131
	S7=2	-1,225	,449	-2,73	0,006*	-2,106	-,344
	S11=1	-,984	,493	-1,99	0,046*	-1,952	-,017
	S11=2	-1,108	,456	-2,43	0,015*	-2,002	-,213
	S12=1	5,965	,442	13,48	0,000*	5,098	6,833
	A4	,288	,246	1,17	0,243	-,1952	,771
	Sabit	-2,016	,565	-3,57	0,000*	-3,123	-,908
3	S2=1	,801	,343	2,34	0,020*	,1289	1,474
	S7=1	,416	,398	1,05	0,295	-,3636	1,197
	S7=2	-1,098	,455	-2,41	0,016*	-1,991	-,204
	S11=1	-1,926	,503	-3,83	0,000*	-2,913	-,939
	S11=2	-1,890	,458	-4,12	0,000*	-2,788	-,991
	S12=1	6,986	,578	12,08	0,000*	5,852	8,120
	A4	,7437	,251	2,96	0,003*	,2508	1,236
	Sabit	-3,212	,668	-4,80	0,000	-4,523	-1,901

*:0,05, **:0,10 önem düzeyinde etkili

Erkek olanların ekonomik şiddete uğrama olasılıkları kadınlara göre daha düşüktür. Babası esnaf-çiftçi ya da serbest meslek kategorisinde olan öğrenciler; memur-emekli kategorisine göre daha yüksek bir olasılıkla ekonomik şiddete maruz kalmaktadır. Şiddeti medyada gözlemleyen öğrencinin ekonomik şiddete maruz kalma olasılığı şiddete ev ya da okulda gözlemleyen öğrencilere göre daha fazladır. Daha önce şiddete uğrayan öğrencinin ekonomik şiddet ile karşılaşma olasılığı, şiddete uğramayana göre daha yüksektir.

Kadın öğrencilerin okulda sözel şiddet ile karşılaşması olasılığı daha fazladır. Babası memur-emekli kategorisinde olan öğrenciler diğer gruptakilere göre daha çok sözel şiddet ile karşılaşmaktadır. Daha önce şiddete uğrayan öğrencinin okulda sözel şiddet ile karşılaşması olasılığı şiddete uğramayan öğrencilere göre daha yüksektir. Ailesi

tarafından hata yaptığıında sık sık azarlanan öğrencilerin okulda sözel şiddete uğrama olasılığı hiç azarlanmayan öğrencilere göre daha düşüktür. Erkek öğrencinin fiziksel şiddete uğrama olasılığı kadın öğrenciye göre daha yüksektir. Şiddeti ev ya da okulda gözlemleyen öğrencinin okulda fiziksel şiddet ile karşılaşma olasılıkları diğer gruptakilere göre daha yüksektir.

Tablo15. Multinomial Lojistik Model Tahmin Edilmiş Marjinal Olasılıklar

		Y=0 Hiç (Referans)	Y=1 Ekonomik	Y=2 Sözel	Y=3 Fiziksel
S2 Cinsiyet	Erkek	-0,009 (0,465)	-,0400 (0,107)	-0,082 (0,002)*	0,131 (0,000)*
S7 Baba Meslek	Esnaf-Çiftçi	-0,021 (0,126)	,0655 (0,020)**	-0,027 (0,376)	-0,016 (0,597)
Referans: Memur-Emekli	Serbest	0,038 (0,020)**	,0426 (0,175)	-0,061 (0,076)**	-0,019 (0,562)
S11 En çok şiddeti nerede gözlemliyorsunuz?	Medya	0,046 (0,025)**	,0829 (0,024)*	0,071 (0,069)***	-0,200 (0,000)*
Referans: Ev-Okul	Sokakta-Maçta	0,053 (0,005)*	,0421 (0,152)	0,067 (0,038)**	-0,162 (0,000)*
S12 Şiddete uğradınız mı?	Evet	-0,782 (0,000)*	,143 (0,000)*	0,293 (0,000)*	0,345 (0,000)*
Referans: Hayır	Çoğunlukla	-0,017 (0,063)**	-0,005 (0,756)	-0,051 (0,010)**	0,074 (0,000)*
A4 Aile azarlama tutumu	Referans: Nadiren ya da hiç				

Bağımlı Değişken: (0: Hiç şiddete uğramadım (Referans), 1:Ekonomik Şiddet, 2:Sözel Şiddet, 3:Fiziksel Şiddet)*:0,01 önem düzeyinde anlamlı **:0,05 önem düzeyinde anlamlı***:0,10 önem düzeyinde anlamlı

Şiddeti medyada gözlemleyen öğrenci en az fiziksel şiddete maruz kalanlardandır. Şiddete uğrayan öğrencinin fiziksel şiddete uğrama olasılığı uğramayan öğrencilere göre

daha yüksektir. Ailesi tarafından hata yaptığında sıkça azarlanan öğrencilerin fiziksel şiddete uğrama ihtimali hiç azarlanmayan öğrencilere göre daha yüksektir.

Genel olarak değerlendirildiğinde; erkek öğrenciler, kadın öğrencilere göre en fazla fiziksel şiddet, en az sözel şiddet ile karşılaşmaktadır. Şiddeti medyada gözlemleyen öğrenci en az fiziksel, en çok ekonomik şiddet ile karşı karşıya gelmektedir. Şiddete uğrayan öğrenci en fazla fiziksel şiddet ile karşılaşmaktadır. Ailesi tarafından hata yaptığında sık sık azarlanan öğrenci okulda en fazla fiziksel şiddet ile karşılaşırken, en az sözel şiddet ile karşı karşıya kalmaktadır. Ailenin azarlama durumunda artış olması durumunda fiziksel şiddet ile karşılaşma olasılıklarının arttığı, ekonomik şiddete uğrama olasılıklarının da azaldığı karşımıza çıkan bir diğer çarpıcı sonuçtur.

Babası esnaf çiftçi olan öğrencilerin ekonomik şiddet ile karşılaşma olasılığı babası memur-emekli olan öğrencilere göre daha yüksektir. Dışarıda şiddete uğrayan öğrencinin okulda ekonomik şiddete uğrama olasılığı çok yüksektir.

Babası serbest meslek ile uğraşan öğrencilerin okulda sözel şiddete uğrama olasılıkları, babası memur emekli olan öğrencilere göre daha düşüktür. Şiddeti medya, sokak ve maçlarda gözlemleyen öğrencinin okulda sözel şiddet ile karşılaşma olasılığı ev-okulda gözlemleyen öğrencilere göre daha yüksektir. Daha önce şiddete uğrayan öğrencinin sözel şiddet ile karşılaşma olasılığı uğramayan öğrencilere göre daha yüksektir. Ailesi tarafından hata yaptığında azarlanan öğrenci hiç azarlanmayan öğrencilere göre sözel şiddete uğrama olasılıkları daha yüksektir.

Sonuç

Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğu, yaşamlarında şiddetin var olduğunu ve bunu sıklıkla arkadaş, okul çevre ve medya ortamında yaşadıklarını belirtirken, sert davranmayı, kaba söz ve davranışlara muhatap olmayı şiddet olarak algılamakta, ağız dalaşı, lâf atma, alay etme, gibi davranışları ise şiddet olarak algılamamakta fakat en çok bu tür sözel şiddete maruz kalmaktadırlar. Bu sonuç şiddetin; daha çok “dayak ve kavga” şeklindeki fiziksel boyutunun algılandığını, sözel boyutunun şiddet olarak algılanmadığı göstermektedir.

Çalışmada; algılanan şiddet şeklinin dayak, şiddet eğiliminde etkili faktörlerin, cinsiyet, sınıf, ailenin gelir düzeyi, anne ve babanın tutumu ve babanın çalışma durumu olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Algılanan şiddet kaynağının dayak, şiddet eğiliminde etkili faktörlerin, cinsiyet, sınıf, ailenin gelir düzeyi ve babanın çalışma durumu olması bakımından çalışmamız Özgür vd'nin 2011 çalışması ile benzerlik göstermektedir. Bu durum iki çalışma arasındaki süre farkından dolayı şiddet konusunda alınan önlemlerin yeterli olmadığını düşündürmektedir.

Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç, şiddetin yaygınlaşmasında medyanın, arkadaş çevresinin ve çevrenin rolünün olduğudur. Elde edilen sonuçlardan şiddet konusunda medyanın etkili olması ile ilgili Taylan'nın (2011) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir.

Çalışmada Ailenin, şiddete uğranıldığında ilk müracaat edilen ve sorunların çözümünde etkili olan bir kurum olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin bir olumsuzlukla karşılaştıklarında, kendilerine en yakın olana başvurdukları ve sorunlarını anlattıkları belirlenmiştir. Bu durumda, öğrenciler için önce aile, sonra öğretmenleri sorun çözücü görevini üstlenmektedir.

Çalışmada, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre, okulda daha çok fiziksel şiddete uğradıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Göldağ'ın (2015) çalışmasında elde ettiği sonuçla benzerlik göstermektedir.

Çalışmada, öğrencilerin kendi aralarındaki rekabet ortamı ve çevreye karşı kendini kabullendirme isteğinin şiddet davranışlarının nedeni olarak belirlenmiştir. Spor aktiviteleri, sosyal etkinlikler, geziler gibi etkinliklerin azlığı öğrencilerin şikâyet ettikleri konuların başında yer alırken şiddet içerikli davranışların önlenememesinin nedeni olarak da görülmektedir. Öğrenciler arasında şiddetin en çok gözlemlendiği ve şiddeti körükleyen etkenin çevre olduğu ifade edilmiştir. Baba mesleği serbest olan öğrencilerin fiziksel şiddete uğrama olasılığı, baba mesleği memur ya da emekli olan öğrencilere göre daha düşük olduğu, şiddeti medyada gözlemleyen öğrencilerin okulda fiziksel şiddete uğrama olasılıkları, diğer yerlerde gözlemleyenlere göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şiddeti sokak ve maçlarda gözlemleyen öğrencilerin fiziksel şiddete, şiddeti ev ve okulda gözlemleyenlere göre daha az olasılıkla uğradıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Ebeveyn tutum oranlarına bakıldığında; babanın otorite ve disiplin oranlarının anneye göre yüksek ve babayı arkadaş gibi hissetme ya da babanın ilgisini üzerinde hissetme oranların anneye göre düşük olduğu gözlemlenmektedir.

Araştırma bulgularına göre, okullarda öğrencilere şiddetin fiziksel boyutu kadar, sözel, cinsel ve ekonomik boyutu konusunda da farkındalık kazandırılması, okullarda, gerçekleşebilecek olası şiddet olaylarının önlenmesinde görev alan departman veya kişilerin sorumluluklarının artırılması ve denetlenmesi, şiddete uğrayan çocuklara gerekli yardımın sağlanması, öğrencilere ruh sağlığı taramalarının yapılması, oluşturulacak şiddet önleme programlarına katılmalarının sağlanması, şiddet içerikli yayın ve haberlerin etkin bir şekilde kontrol edilmesinin gerekli ve önemli olduğu düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Arslan Y. (2015). "Okullarda Yaşanan Şiddet Olaylarının Düzey ve dinamiklerini Anlamak: Batman Merkez Örneği/Türkiye", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5): 1-17.
- Budak S (2003). *Psikoloji sözlüğü*. 2. baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Buka, Stephen ve Felton Earls (1993), "Early Determinants of Delinquency and Violence", *Health Affairs*, 12 (4).
- Çokluk, Ömay (2010). "Lojistik Regresyon Analizi: Kavram ve Uygulama", *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri / Educational Sciences: Theory & Practice C.10-*(3): 1357-1407.
- Genç Y., Taylan H.H., Adıgüzel Y., Kutlu İ. (2017). Aile İçi Şiddetin Ergenlerin Şiddet Eğilimlerine Etkisi: Antalya Liseleri Örneği, *Özgün Araştırma*, Ağustos, 7(2): 409-422.
- Göldağ B. (2015). Öğrencilerin Şiddet Eğilimi Düzeyleri ve Değer Algıları, *TÜBAV Bilim* 8 (4) 2015: 1-15.
- Gurr, T.R. (1973). The Revolution. Social-Change Nexus: Some Old Theories and New Hypotheses. *Comparative Politics*, 5(3), Special Issue on Revolution and Social Change: 359-392.

- Hökelekli, H. (2007). Çocuk Ve Gençlerde Şiddet Olgusu Ve Önlenmesi Ne Yönelik Öneriler, Değerler Eğitimi Dergisi, 5(14): 61-78.
- Mertler, C. A., & Vannatta, R. A. (2005). Advanced and multivariate statistical methods: Practical application and interpretation (3th ed.). Glendale, CA: Pyrczak Publishing.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) (2008), Öğrencilerin Şiddet Algısı, Ankara.
- Özgür, G., Yörükoğlu, G., Arabacı, L. B. (2011). Lise Öğrencilerinin Şiddet Algıları, Şiddet Eğilim Düzeyleri ve Etkileyen Faktörler. Psikiyatri Hemşireliği Dergisi, 2(2): 53-60.
- Şahin E.S. ve Korkut Owen F. (2009). Psikolojik İhtiyaçları Farklı Lise Öğrencilerinin Saldırganlık Düzeyleri, Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi 2009, 4 (32): 64-74.
- Şenel S. & Alatlı B. (2014). “Lojistik Regresyon Analizinin Kullanıldığı Makaleler Üzerine Bir İnceleme”. Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi 5/1: 35-52.
- Şener, G. Özcan, B.M. (2013), İlköğretim Kurumlarında Yer Alan Öğretmen ve Öğrencilerin Şiddet Algıları, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Üniversitesi, 3(1): 7-20.
- Taylan, H.H. (2011). Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, (Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi), Konya.
- Who, (2014). Global Status Raport On Violence Prevention. WHO Library Cataloguing-in- Publication Data.

TECİL MÜESSESESİNİN 6183 SAYILI KANUNA HÂKİM OLAN İLKELER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ*

Neslihan COŞKUN KARADAĞ¹
Fatih KARABUĞA²

ÖZ

Tecil kamu alacaklarının tahsilini düzenleyen 6183 sayılı Kanunun önemli kurumlarından birisidir. Kamu alacaklarının tahsilinde “çok zor durumda” bulunan kamu borçlusuna borcunu erteleme ve taksitlendirme imkânı veren tecil müessesesi bu yönüyle borçluya ödeme kolaylığı sağlarken, alacaklı kurumun ise vadenin belirli bir süre ertelenmesi ile alacağın tahsili ve gelir kaynağının devamlılığını sağlamasına yardımcı olur. Kamu alacaklarının tahsil zamanını etkileyen tecil düzenlemesinin vergi hukukuna egemen olan kanunilik ilkesine uygun inşa edilmesi gerektiği aşikârdır. Bunun yanında, 6183 sayılı Kanuna egemen olan ilkeler tecil müessesesi açısından da geçerlidir. 6183 sayılı Kanuna hâkim olan ilkeler; tahsilatın devamlılığı, vergi alacağının kesinleşmesi, tahsilatta iktisadilik, vergi alacağının güvence altına alınması, mükelleflere kolaylık sağlanması, yazılılık, alacaklının para ile tatmini, hapis cezası uygulamama, modern tahsil yöntemleri kullanma ilkesidir. Bu çalışmada tecil müessesesi bahsi geçen ilkeler bakımından değerlendirilmiş, tecilin özellikle tahsilatın devamlılığı, tahsilatta iktisadilik ve mükelleflere kolaylık sağlanması ilkelerinin yansıması olan müesseselerden biri olduğu bilgisi ön plana çıkmıştır. Oldukça eski bir düzenleme olmasına ve ödeme kolaylığı sağlayan başka düzenlemelerin varlığına rağmen, ekonomik ve mali sıkıntılarının yaşandığı dönemlerde alacaklı açısından tahsilatın devamlılığının, borçlu açısından ödemede kolaylık sağlanmasının yanında geciken ödemelerde ortaya çıkan tahsil masraflarını ortadan kaldırması tecil müessesinin vergi icra hukukundaki yerini koruduğu ve önemini artırdığı düşüncesine ulaşmamızı sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Tecil, 6183 Sayılı Kanunda Tecil Kurumu, Kamu Alacaklarında Tahsil İlkeleri

EVALUATION OF THE POSTPONEMENT INSTITUTION IN TERMS OF PRINCIPLES REGARDING THE LAW NO. 6183

ABSTRACT

Postponement is one of the important arrangement of Law No. 6183 which regulates the collection of public receivables. The postponement institution, which provides the public debtor who is in a very difficult situation in the collection of public receivables, with the opportunity to postpone his debt and installment, provides the debtor with ease in payment, while the creditor institution assures the continuity of the collection and income source by postponing the term for a certain period. It is obvious that the postponement regulation affecting the collection time of public receivables should be built in accordance with the legality principle that prevails in tax law. In addition, the principles that prevail in Law No. 6183 apply to the institution of postponement. The principles governing Law No. 6183; continuity of collection, finalization of tax receivable, feasibility in

*Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Neslihan Coşkun Karadağ danışmanlığında Fatih Karabuğa tarafından hazırlanan “Tecil Uygulamasının Vergi İcra Hukuku Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı, 02.08.2019 tarihinde savunulan ve tamamlanan yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

¹ Doç.Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, ncoskun@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0215-0486

² Maliye Bilim Uzmanı, fatihkaraboğa06@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8052-6368

Received/Geliş: 16/09/2019 Accepted/Kabul:09/10/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Coşkun Karadağ, N. ve Karabuğa, F. (2019), “Tecil Müessesesinin 6183 Sayılı Kanuna Hâkim Olan İlkeler Açısından Değerlendirilmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.375-387.

collection, securing tax receivable, providing taxpayers convenience, writing, satisfaction of creditors with money, not using imprisonment, using modern collection methods. In this study, the postponement was evaluated in terms of the mentioned principles and it is known that postponement is one of the arrangement which is a reflection of the principles of continuity of collection, feasibility in collecting and providing convenience to taxpayers. Although it is a very old regulation and there are other arrangements that provide ease of payment, the continuation of the collection in terms of creditors during periods of economic and financial difficulties, ease of payment for the debtor as well as the elimination of the collection costs arising from the delayed payments have enabled us to reach the idea that the postponement maintains its place in the tax enforcement law and increases its importance.

Keywords: Postponement, Postponement in Law No. 6183, Principles of Collection in Public Receivables

Giriş

Hukuk düzeninin vazgeçilmez kurumlarından biri olan tecil müessesesi vergi hukuku bakımından önemli bir yere sahiptir. Tecile 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanunda yer verilmiş olmasının yanında ekonomik, mali ve teknik nedenlerle katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, veraset ve intikal vergisi kanunu ile diğer vergi kanunlarında özel tecil düzenlemelerine yer verildiği görülmektedir. Söz konusu tecil düzenlemeleri birbirinden farklı amaçlara hizmet etmekte ve farklı uygulama tekniklerini barındırmaktadır. Bu çalışmada, vergi tahsil ve icra usullerinin düzenlendiği 6183 sayılı Kanunda yer alan tecille ilgili düzenlemeler ele alınacaktır.

Kelime olarak “erteleme” anlamına gelen tecil (<https://tdk.gov.tr>), ödeme güçlüğü nedeniyle zor durumda olan mükelleflerin işletmelerinin devamını sağlamak, mükellefleri icra ve iflas gibi sert önlemlere maruz bırakmamak, korumak, ferahlatmak ve bu sayede de kamu alacağının tahsilini sağlamak için getirilen ödeme kolaylığı olarak tanımlanmaktadır (Tuncer, 2006, s.161). Genel amacı kamu yararı olan tecil alacağın tahsilini sağlamak açısından önemlidir (Yılmaz, 2015, s.488). Tecilin zor durumdaki mükellefi mali yönden rahatlatmak, tahsili kolaylaştırmak, vergi kaynağını korumak ve sürekli kılmak ile borçlu ve alacaklı açısından çıkar denkliliği sağlamak gibi özel amaçları da bulunmaktadır (Arıkan, 2004, s.18). Mükellefleri icra ve iflas gibi sert durumlarla karşı karşıya kalmasından koruyarak, kamu alacağının tahsilini sağlamaya çalışan bu uygulama, “taksitlendirme” uygulamasını da ayrılmaz bir parça olarak beraberinde taşımaktadır. “Tecil ve taksitlendirme” kavramlarının birbirini tamamlayacak şekilde yan yana kullanılması aslında işin doğası gereğidir. Zira, mükellefe ödeme kolaylığı sağlamak amacıyla “tecil” edilen yani ertelenen borcun, kolaylığın sürdürülebilir olması bağlamında faiz alınarak taksitlendirilmesi gerekmektedir (Tuncer, 2006, s.161). Bu haliyle tecil mükellefler ile devlet arasında güven ilişkisi kurulmasına yardımcı olmakta (Bayraklı, 2000, s.115-116), borçlunun işini tasfiye etmeksizin katma değer üretmeye devam etmesi dolayısıyla gayri safi hasıla ve gelecekteki kamu gelirlerinde azalma olmasını engellemektedir (Özden,1998, s.152). Başka bir ifade ile, özellikle borç ödeme konusunda iyi niyetli olduğu halde çeşitli nedenlerle borcunu vadesinde ödeyememiş bir borçluya borcunu ödeme konusunda belirli bir kolaylık ve yeni bir vade tanınması, ileriye yönelik olarak yükümlünün vergi ödeyebilme yeteneğinin korunmasına ve vergi kaynaklarının süreklilik göstermesine sebep teşkil etmektedir.

Diğer bir açıdan bakılacak olursa, kanunun ruhuna uygun olarak, kamu alacağı tahsil edildikten sonraki dönemlerde borçlunun ekonomik durumunun daima göz önünde

bulundurulması gerekmektedir (Ünlü, 1995, s.390). Kamu alacaklısı olarak devletin ödeme güçlüğü çeken borçlulara ödeme kolaylığı sağlaması ve tahsilattan sonra borçlunun bir vatandaş olarak ekonomik durumunu göz önünde bulundurması gerekliliği, 1982 Anayasasının 2.maddesinde geçen ve anayasal bir ilke olan sosyal hukuk devleti ilkesine dayanmaktadır. Anayasa Mahkemesi sosyal hukuk devletini “İnsan hak ve hürriyetlerine saygı gösteren, ferdin huzur ve refahını gerçekleştiren ve teminat altına alan, kişiyle toplum arasında denge kuran, esnek ve sermaye ilişkilerini dengeli olarak düzenleyen özel teşebbüsün güvenlik ve kararlılık içinde çalışmasını sağlayan, çalışanların insanca yaşaması ve çalışma hayatının kararlılık içinde gelişmesi için, sosyal, iktisadi ve mali tedbirler alarak çalışanları koruyan, işsizliği önleyici ve milli gelirin adalete uygun biçimde dağılmasını sağlayıcı tedbirler alan adaletli bir hukuk düzeni kuran ve bunu devam ettirmeye kendini yükümlü sayan hukuka bağlı, kararlılık içinde ve gerçekçi bir özgürlük rejimi uygulayan devlet” olarak tanımlanmıştır (Eroğlu, Durkal, 2019, s.159).

Tecil, 6183 sayılı Kanununun 48 ve 48/A maddelerinde sırasıyla “tecil” ve “vergiye uyumlu mükelleflerin borçlarının tecili” başlığı ile düzenlenmiştir. İlgili madde hükümleri genel hatları ile ifade edilecek olursa tecil; kamu alacaklarında maddi olarak çok zor durumda bulunan borçluların yazılı talebi üzerine, idarenin takdirine dayanarak, tecil faizi uygulanmak suretiyle kanunla belirlenen süreler çerçevesinde borcun ertelenmesi ve/veya taksitlendirilerek ertelenmesi imkanı vermektedir.

6183 sayılı Kanun’un hükümet tasarısı gerekçesi incelendiğinde, kamu alacağı vadesinde ödenmediği takdirde dahi iyi niyet sahibi borçlulara, haklarında derhal ve şiddetli kovuşturma usullerine başvurmadan önce, belli şartlarla, borcu taksitlere bağlayarak ödeme imkânları sağlanması, “Kamu Alacaklarının Ödenmesinde ve Zorla Tahsilinde Uygulanması Gereken Esaslar” arasında benimsenmiştir. (6183 Sayılı Kanun Gerekçesi, s.774) Söz konusu hüküm ile tecil, sadece zorla tahsil aşamasında değil borcun normal vade tarihinde ödenmesinin borçluyu çok zor duruma düşürecek olması durumunda da uygulama alanı bulmaktadır.

Bu amaçla aşağıda öncelikle tecille ilgili yasal düzenlemeye yer verilecek, daha sonra kamu alacaklarının tahsilatını düzenleyen 6183 sayılı Kanuna hakim olan ilkeler bakımından değerlendirilecektir.

6183 Sayılı Kanununun 48 ve 48/A Maddesinde Tecil

Kamu alacaklarının ertelenmesinin kanuni dayanağı, aşağıda madde metinlerine yer verilen 6183 Sayılı Kanununun 48. ve 48/A maddelerinde mevcut bulunmaktadır. 6183 sayılı Kanuna tabi tüm kamu alacaklarının tecilini düzenleyen 48.maddeden sonra gelmek üzere 18.5.2017 tarihli 7020 Sayılı Kanununun 7.maddesi ile 48/A maddesi eklenmiştir. Bu madde ile 213 sayılı Vergi Usul Kanunu kapsamına giren kamu alacaklarında borçlunun ticari, zirai veya mesleki faaliyetleri nedeniyle yıllık gelir veya kurumlar vergisi mükellefi olması ve geriye doğru 3 yıla ait vergi beyannamelerini kanuni sürelerinde vermiş olması koşuluyla (vergiye uyumlu mükellefler olarak kabulü bu koşul sebebiyledir) iyi niyetli mükelleflere 48.maddede gösterilen kolaylıklardan “daha fazla” kolaylık sağlanmıştır. Söz konusu maddelerde tecil uygulamasının genel çerçevesi çizilmiş olup, kanun metninde Cumhurbaşkanına ve Hazine ve Maliye Bakanlığına verilen yetkiye istinaden

konuya dair detaylar ikincil mevzuat ile düzenlenmiştir³. Bu ilgili madde hükmünü aktarmak⁴ yerine aşağıda 48 ve 48/A maddelerinin karşılaştırmasını içeren tablo ile özetlenmesi tercih edilmiştir.

Tablo 1. 6183 Sayılı Kanununun 48 ve 48/A Maddelerine Göre Tecil ve Karşılaştırması

Tecil (md.48)	Vergiye Uyumlu Mükelleflerin Borçlarının Tecili (md. 48/A)
Kaynağı 6183 sayılı Kanununun 48.maddesidir.	Kaynağı 6183 sayılı Kanununun 48/A maddesidir.
Temel amaç mükellefe kolaylık sağlamaktır.	Temel amaç vergiye uyumlu mükelleflere 48.maddeye göre daha fazla kolaylık sağlamaktır.
Sadece çok zor durumda olan mükellefler için oluşturulmuş özel bir uygulamadır.	Sadece maddede sayılan şartları taşıyan ve çok zor durumda olan mükellefler için oluşturulmuş özel bir uygulamadır.
Borçlunun yazılı başvurusu şarttır.	Borçlunun yazılı başvurusu şarttır.
İdare, tecil talebini kabul etme noktasında takdir yetkisine sahiptir.	İdare, tecil talebini kabul etme noktasında takdir yetkisine sahiptir.
6183 sayılı Kanun kapsamına giren tüm kamu alacakları tecil edilebilir.	Devlete ait olup Maliye Bakanlığına bağlı tahsil dairelerince takip edilen ve 213 sayılı Kanun kapsamına giren vergi, resim, harç ve cezalar ile bu alacaklara bağlı gecikme faizi ve gecikme zammı tecil edilebilir.
Geçici vergi, Özel Tüketim Vergisi, BSMV, Özel İletişim Vergisi, Harçlar (ikmalen tarha dayanan tapu harçları tecil edilebilir.), Fonlar, Ecrimisil, Eğitime Katkı Payı ve Katkı Payına ait gecikme zammından olanlar tecil edilemez.	213 sayılı Kanun kapsamına girmeyen alacaklar ile 213 sayılı Kanun kapsamına girmekle beraber, ÖTV, BSMV, özel iletişim vergisi, geçici vergi ve harçlardan (ikmalen tarhiyata dayanan tapu harçları hariç) olan alacaklar ile bu alacaklara ilişkin gecikme zammı tecil edilemez.
Vade tarihi geçmemiş kamu alacaklarına da uygulanabilir	Vade tarihi geçmemiş kamu alacaklarına da uygulanabilir
Tecil yetkisi Devlete ait alacaklarda Hazine ve Maliye Bakanına aittir. Bu yetki, belirlenen limitler çerçevesinde Gelir İdaresi Başkanlığı, vergi dairesi başkanı, defterdar, bağlı ve bağımsız vergi dairesi müdürleri ile paylaşılmıştır.	Tecil yetkisi Devlete ait alacaklarda Hazine ve Maliye Bakanına aittir. Bu yetki, belirlenen limitler çerçevesinde Gelir İdaresi Başkanlığı, Vergi Dairesi Başkanlıkları ve defterdarlıklarda oluşturulan tecil komisyonları ile paylaşılmıştır.
Tecil faizi ve teminat alınması kanuni şarttır.	Tecil faizi ve teminat alınması kanuni şarttır.

³Konuya ilişkin tali mevzuatın, A-1 Seri-Sıra Nolu Tahsilat Genel Tebliği, tahsilat iç genelgeleri ve genel yazılarıyla şekillendiği görülmektedir. Konuya dair güncel temel düzenlemeler; 2011/2 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi, 2012/1 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi, 2014/1 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi, 2015/2 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi, 2016/2 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi, 2017/1 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi, 2018/2 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi ve nihayet 2018/3 Seri Nolu Tahsilat İç Genelgesi ile yapılmıştır. Konuya dair mevzuat taraması için bkz. <https://www.gib.gov.tr/gibmevzuat> Erişim tarihi 21.10.2018

⁴ 6183 sayılı Kanununun 48 ve 48/A maddesi için bkz. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.6183.pdf> Erişim tarihi 21.10.2018

*Amme borçlusunun alacaklı tahsil daireleri itibarıyla tecil edilen borçlarının toplamı ellibin Yeni Türk Lirasını (bu tutar dâhil) aşmadığı takdirde teminat şartı aranılmaz. *Bu tutarın üzerindeki amme alacaklarının tecilinde, gösterilmesi zorunlu teminat tutarı ellibin Yeni Türk Lirasını aşan kısmın yarısıdır . *Cumhurbaşkanı; bu tutarı on katına kadar artırmaya, yarısına kadar indirmeye, yeniden kanuni tutarına getirmeye ve alacaklı amme idareleri itibarıyla bu hadler arasında farklı tutar belirlemeye yetkilidir.	*Amme borçlusunun alacaklı tahsil daireleri itibarıyla tecil edilen borçlarının toplamı beşyüz bin Türk lirasını (bu tutar dâhil) aşmadığı takdirde teminat şartı aranmaz. *Bu tutarın üzerindeki amme alacaklarının tecilinde, gösterilmesi zorunlu teminat tutarı beşyüz bin Türk lirasını aşan kısmın %25'idir . *Cumhurbaşkanı teminatsız tecil tutarını; yarısına kadar indirmeye, yeniden kanuni tutarına getirmeye, zorunlu teminat oranını %50'ye kadar artırmaya, sifıra kadar indirmeye, yeniden kanuni orana getirmeye yetkilendirilmiştir.
Tecil faizi Hazine ve Maliye Bakanlığınca belirlenir.	48.maddeye göre belirlenen tecil faizi geçerlidir. Ancak Cumhurbaşkanına verilen yetkiye istinaden çok zor durum derecesine göre farklı faiz oranları belirlenebilir.
Kamu alacağının aslından vazgeçilmez.	Kamu alacağının aslından vazgeçilmez.
Ödeme süresi tecil talep edenin koşullarına göre belirlenir.	Ödeme süresi tecil talep edenin koşullarına göre belirlenir.
Tecil süresinin ve taksit sayısının belirlenmesinde likidite oranı kullanılır.	Tecil süresinin, taksit sayısının ve faiz oranının belirlenmesi noktasında çok zor durum derecesini belirlemek için likidite, kaldıraç ve nakit oranı kullanılır.
Taksitle ödeme yapılır	Taksitle ödeme yapılır
Tecil süresi 36 ayı geçemez.	Tecil süresi 36 ay olarak belirlenmiş olmakla birlikte, Cumhurbaşkanına verilen yetkiye istinaden çok zor durum derecesine göre 60 aya kadar uzatılabilir.
Tecil şartlarının ihlali durumunda tecilin geçerli sayılması mümkündür.	Tecil şartlarının ihlali durumunda tecilin en fazla iki defa geçerli sayılması mümkündür.

Kaynak: 6183 sayılı Kanunun 48 ve 48/A maddesinde yer alan hükümlere dayanarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Tablodan da anlaşılacağı üzere tecil ile; kamu alacaklarında maddi olarak çok zor durumda bulunan borçluların yazılı talebi üzerine, idarenin takdirine dayanarak, tecil faizi uygulanmak suretiyle kanunla belirlenen süreler çerçevesinde borcun ertelenmesi ve/veya taksitlendirilerek ertelenmesi imkanı veren bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

6183 Sayılı Kanuna Hâkim Olan İlkeler

Vergilendirmede kamu idaresinden yana olan üstünlük, kamu alacaklarının tahsil aşamasında da devam etmektedir. Bilindiği gibi kişi veya özel kurumların birbirleriyle olan ticari ilişkileri sonucu meydana gelen borç-alacak ilişkilerinde alacaklının alacağını karşı tarafın ödememesi durumunda hangi yollara başvurarak tahsil edeceği konusunu icra iflas hukuku inceler. İcra iflas hukukunda eşit hak ve yetkilerle donatılmış kişiler

arasındaki edimlerin yerine getirilmemesi halinde bunun devlet gücüyle nasıl sağlanacağı incelenmektedir (Öncel vd., 1992, s.1).

İcra iflas hükümleri 19.6.1932 tarih ve 2004 sayılı İcra İflas Kanununda yer almaktadır. Bu kanun hükümleri, devletin özel hukuktan yani sözleşmeden haksız fiil ve haksız kazançtan doğan alacaklarının tahsiline ilişkin işlemleri de kapsar. Oysa devletin vergi ve benzeri kamu alacaklarını tahsilde uygulayacağı kurallar farklılıklar göstermektedir. Devlet, kamu hukukuna dayanarak özel hukuk ilişkilerine tabi olmayan alacaklarının tahsilinde kendisine birtakım ayrıcalıklar tanımış, alacağını tahsil etmek için icra ve iflas hukukunda bulunmayan birtakım güvenceler ortaya koymuştur. Sağlanan güvencenin nedenleri ise Kanun gerekçesinde şu şekilde izah edilmiştir:

“İcra hukuku, hakkın zorla yerine getirilmesine dair olan kaideleri ihtiva eder. Her borç kanunda veya mukavelede belli edilen zamanda ödenmek icabeder. Zamanında rıza ile ödenmeyen borç, icra ve iflâs Kanununda tespit edilen ekil ve usuller dairesinde, Devlet eliyle, borçlunun varlığından alınır ve alacaklıya verilir.

İcra ve İflâs Kanunu, umumi takip sistemine müteallik hükümleri muhtevidir. Amme hizmetlerinin devamlı olarak ilenmesinin zaruri bulunması, bu hizmetlerin karşılığını tekil eden vergi, resim, harç ve saire gibi amme idarelerinin her türlü gelirlerinin belli sureleri içinde ve kısa zamanda tahsilini zaruri kılmaktadır.

Bir bütçe yılı içinde tahsili mecburi olan kamu alacaklarının, özel hukuk münasebetlerinden doğan alacıklardan mahiyet itibariyle farklı olması, kamu alacaklarının takip ve tahsilinde, umumi takip sisteminden ayrı ve daha kolay, seri ve müessir usulleri ihtiva eder özel bir takip sisteminin mevcudiyetine lüzum hissettirmiş ve şimdîye kadar da umumi icra usvi yanında amme alacakları için hususi bir takip usulü olan(Tahsili Emval Kanunu) tatbik edilmiştir.*

Aşağıda, memleketimizde bugün uygulanmakta olan özel takip sistemi yani Tahsili Emval Kanunu ile ek ve tadillerinin, tarihçe, mahiyet ve bünyesi, sistemin kıfayetsizliği, modern vergi takip sisteminin prensipler ile takdim edilmiş bulunan yeni tasarının bünye ve mahiyeti açıklanmıştır.” (6183 Sayılı Kanun Gerekçesi, s.773)

Devlet alacağını tahsil ederken keyfi bir tutum gösteremez. Böyle bir keyfiliğin olması hukuk devleti ilkelerini zedeler. Bu nedenle kamu alacaklarının ne şekilde tahsil edileceğini 6183 sayılı Kanun ile kural ve birtakım ilkelere bağlamıştır. Kamu gücünün egemen olduğu bu alacak-borç ilişkisinde vergi icra hukuku ilkeleri geçerlidir (Öncel vd, 1992, s.159).

Kamu alacağının doğmasından ve kesinleşmesinden sonra tahsili diğer özel alacaklarının tahsilinden farklı bir yaklaşımla tahsil edilir. Kamu hizmetlerinin aksatılmadan yürütülmesi, idarede istikrarı gerektirir. Ayrıca kamu alacaklarının tahsili, kamusal çıkarların korunması amacına yönelik olduğundan, kamu alacaklarının zamanında ve düzenli olarak tahsilini zorunlu kılar. Bu zorunluluk nedeniyle kamu alacaklarının tahsili belli, özel ve etkili usullerle yerine getirilir. Bu usullerin başında re’sen icra yetkisinin idareye verilmesi gelir. Re’sen icrada, idare alacağı kararları başka bir aracı güce başvurmadan kendi kendine icra edebilme yeteneğine sahiptir. Özel icra takiplerinde ise devlet gücünün araya girmesi zorunluluğu söz konusudur.

Vergilemenin mali amacı gereği kamu alacağının tahsili önem arzetsse de bireyin korunması ve keyfiyetin önlenmesi için 6183 sayılı Kanun ile tahsilata dair temel ilkeler benimsenmiştir (Gerçek, 2003, s.11).

Bu ilkeler;

- tahsilatın devamlılığı,
- vergi alacağının kesinleşmesi,
- tahsilatta iktisadilik,
- vergi alacağının güvence altına alınması,
- mükelleflere kolaylık sağlanması,
- yazıllık,
- alacaklının para ile tatmin edilmesi,
- hapis cezası uygulanmaması,
- modern tahsil yöntemleri kullanılması

şeklinde sıralanabilir (Çelik, 2018, s.37-38 ; Gerçek, 2003, s.11-17 ; Gerçek, 2015, s.16-19).

Aşağıda bu ilkeler çerçevesinde tecil müessesesinin değerlendirilecek ve tecilin 6183 sayılı Kanunda benimsenen ilkelere ne ölçüde hizmet ettiği tespit edilmeye çalışılacaktır.

6183 Sayılı Kanuna Hâkim Olan İlkeler Bakımından Tecilin Değerlendirilmesi **Tahsilatın Devamlılığı İlkesi**

Kamu hizmetleri bir kez ortaya çıkınca kesintisiz ve sürekli olarak yapılmasını gerektirmektedir (Giritli ve Akgüner, 1987, s.136). Bu durum da tüm kamu hizmetlerinin sürekli ve düzenli olarak finansmanı sorununu ortaya çıkarmaktadır. Tahsilatın devamlılığı ilkesi idarenin kamu hizmetlerinin finansmanı ve devamlılığını sağlamak için re'sen icra yetkisi ile (Gerçek, 2003, s.12) gerekirse cebir kullanarak ve her şeye rağmen tahsilatı yapmak zorunluluğunu ifade etmektedir (Turhan, 1993, s.22).

6183 sayılı Kanun Gereğesinde bu husus “*Âmme hizmetlerinin devamlı olarak ilenmesinin zaruri bulunması, bu hizmetlerin karşılığını tekil eden vergi, resim, harç ve saire gibi âmme idarelerinin her türlü gelirlerinin belli sureleri içinde ve kısa zamanda tahsilini zaruri kılmaktadır.*” şeklinde ifadesini bulduğu görülmektedir.

Tahsilatın devamlılığı için devletin, tahsilatın yapılmasından sonra borçlunun ekonomik durumunu da gözetmesi gerekmektedir. Bu sebeple mevzuatta zamanaşımı, tahsilatın geri bırakılması, verginin tecili ve terkini gibi müesseselere yer vermiştir (Gerçek, 2003, s.97).

Kanun gereğesinde de ifade edildiği üzere, mükellefe modern bakışın bir delili olarak uygulamaya konan tecil, kamu alacağının tehlikeye düşürülmeksizin tahsilinin sağlanmasını amaçlar. Tecil ile ödeme ertelenmekte ve taksitlendirilmekte, karşılığında ise ödemenin geciktiği bu süre için tecil faizi alınmaktadır.

Açıklamalardan da görüleceği üzere, kamu hizmetlerinin finansmanının sağlanması ve dolayısıyla kamu hizmetlerinin sunumu için kritik öneme haiz olan tahsilatın devamlılığı ilkesinin etkin şekilde uygulanmasında tecil ve taksitlendirme uygulaması önemli bir yer tutmaktadır. Zira, kamu alacaklarının tahsil edilememesi durumu, bu sorun giderilene dek kamu menfaatlerini, dolayısıyla kamu hizmetlerinin başlangıçta planlandığı şekliyle yürütülmesini olumsuz etkileyebilecektir. Kamu hizmetlerinin sunumu için yapılması gereken harcamalarda alternatif finansman kaynaklarına (borçlanma gibi) ihtiyaç duyulabilecektir.

Vergi Alacağıın Kesinleşmesi İlkesi

Vergi alacağıın kesinleşmesi ise, alacağıın “ödenmesi gereken aşamaya gelince” veya “kesinleşince” istenmesini ifade etmektedir. Bu ilke doğrultusunda alacağıın borçludan ne zaman isteneceği tahsilatın ruhunu oluşturur (Gerçek, 2003, s.13).

Vergi alacakları için borcun vadesi, vergi kanunları ve belli şartlar dahilinde Hazine ve Maliye Bakanlığınca belirlenir. VUK’un 111.maddesine göre belirlenen ödeme süresinin son günü borcun vadesidir. Vergiyi düzenleyen kanunlarda yer alan normal ödeme zamanlarına ek olarak VUK’un 112.maddesinde yer alan özel ödeme zamanları da mevcuttur. Böylece, vergi kanunlarında ödeme zamanı, normal ve özel ödeme zamanı başlığı altında iki ayrı grupta düzenlenmiştir (Gerçek, 2003, s.78).

Tecil bakımından bu ilke değerlendirildiğinde, tecil işleminin yapılabilmesi için borcun tahakkuk etmesinin yeterli olduğu görülmektedir. Tahakkuk eden borç için vadeden önceki tüm aşamalarda tecil talebinde bulunulabilir. Borcun vadesi gelmeden (Akmansu, 1954, s.195) , ödenmesi gereken aşamaya geldikten sonra, vadesi dolmuşsa tahsil dairesi ödeme emri göndermeden önce veya ödeme emri tebliğ edildikten sonra, haciz yapılmışsa haczedilen mallar paraya çevrilmeden önce tecil talep edilmesi mümkündür (Yılmaz, 2015, s.489). Alacak, muaccel olmuş olsa dahi, tecil uygulamasına konu edilmekle müeccel hale gelmekte, kendisinin ayrılmaz bir parçası olan taksitlendirme uygulaması ile de yeniden vade tarihleri belirlenerek düzenlenmektedir. Yine, tecil edilmiş kamu alacakları ile ilgili olarak yargı mercilerince yürütmenin durdurulması kararı verilmesi halinde tecil uygulamasının nasıl yapılacağı 6183 sayılı Kanunun 49.maddesinde⁵ düzenlenmiştir.

Tahsilatta İktisadilik İlkesi

Adam Smith tarafından belirlenen “vergilemede iktisadilik ilkesi”nin dar anlamda bir yorumlaması olan bu ilke (Gerçek, 2003, s.14), vergi toplama maliyetinin en aza indirilmesini ifade eder (Aktan, 1990, s.42). Başka bir deyişle, alacağıın en az maliyetle (tahsilatta ucuzluk) ve vadesi geldiğinde kolay ve seri bir şekilde tahsil edilebilmesi (tahsilatta sürat) anlamına gelir (Özer, 1979, s.17-18). Geniş anlamda değerlendirildiğinde ise vergi toplama maliyetine mükelleflere yüklenen ödevlerinden kaynaklı uyum maliyetlerinin de ilave edildiği (Devrim, 1979, s.20) bir anlam yüklenmektedir.

Kısaca, tahsilatta iktisadilik ilkesi, kamu alacağıın en az masrafla ve en kısa sürede hazineye intikalini sağlamayı ifade eder. (Gerçek, 2015, s.19)

Söz konusu ilke çerçevesinde tecil uygulamasının; tahakkuk etmiş alacaklar ve takip eden süreçte cebri icra uygulanması gereken alacakları, bu yollara başvurmaksızın daha ucuz maliyetle tahsil imkanı getirmesi, tecil edilen alacak tutarı üzerinden tecil faizi alınması yoluyla alacağıın tahsilinin gecikmesi nedeniyle oluşan zaman kaybının telafi edilmesi, teknolojinin getirdiği imkanlar dahilinde borcun tahsili noktasında sürat ve

⁵ “Madde 49 – İdarece tecil edilmiş bir amme alacağı hakkında kaza mercilerince icranın tehiri kararı verilmişse: Kaza mercilerinin tehir müddeti tecil müddetinden az olduğu takdirde; tecil olunan alacak icranın tehiri müddetinin sonundan tecil müddeti sonuna kadar olan müddet içinde ve kaza mercilerinin tehiri dolayısıyla zamanında ödenmemiş borç miktarıyla birlikte yeniden taksite bağlanarak alınır. Kaza mercilerinin tehir müddeti tecil müddetinden çok ise; evvelce yapılan tecil hükümsüzdür. Takibatın kaza mercilerince tehiri kanuni tecil müddetini aştığı takdirde tecil müddeti uzatılmaz.”(6183 sayılı Kanun)

maliyet avantajı kazandırması, vergi bakiyesini engelleme olanağı getirmesi, borçlunun geleceğini ve dolayısıyla tahsilatın devamlılığını koruması ve nihai olarak kamu alacaklarının tahsilini sağlayarak kamu harcamalarının finansmanında başvurulabilecek borçlanma gibi alternatif yolların maliyetine katlanmayı azaltıcı etkisi gözetildiğinde, tahsilatta iktisadilik ilkesine uygun olduğu söylenebilir.

Vergi Alacağının Güvence Altına Alınması

Vergi alacağının güvence altına alınması ilkesi, mükelleflerin vergi borcundan kurtulma yollarının kapatılması, ödenmeyen vergilerin hızlı, kolay ve en az formalite ile cebren tahsilini ifade eder.

Borçlulara çeşitli kolaylıklar getirilirken aynı zamanda da kamu alacaklarının güvence altına alınması gerekir (Çelik, 2018, s.37). Kamu alacağının imtiyazlı alacak kabul edilmesinin bir sonucu olan vergi alacağının güvence altına alınması ilkesi kapsamında (Gerçek, 2015, s.17) egemenlik hakkına dayanarak devlet, imtiyazlı kıldığı alacaklarıyla ilgili tahsil ve takip aşamaları için özel icra usulüyle birlikte bazı güvenlik tedbirleri öngörmüştür. 6183 sayılı Kanunun “Amme Alacaklarının Korunması” başlıklı birinci kısmının ikinci bölümü dokuz ila 36.maddelerde bu kapsamda hükümlere yer vermektedir. Teminat isteme, ihtiyati haciz-tahakkuk, rüçhan hakkı gibi düzenlemeler buna örnek olarak verilebilir. Yine Kanunun izleyen bölümlerinde cebri icraya yönelik yapılan düzenlemeler de söz konusu ilkenin vücut bulmuş halidir.

6183 sayılı Kanunun 48 ve 48/A maddelerinde yer alan hükümlere göre, bir borcun tecil edilebilmesi için, ertelenen borcun belirli bir miktarını aşan tutar üzerinden borca karşılık gelmek üzere aynı kanunun 10 ve 11.maddelerinde yer alan hükümler çerçevesinde teminat gösterilmesi istenmektedir. Teminat, borcun ertelenmesinden kaynaklanan riske karşılık güvence oluşturmak amacıyla talep edilir. Tecilin yapılması, idarenin teminat olarak gösterilen kalemleri uygun bulması koşulu ile gerçekleştirilir. Ayrıca, tecil edilen alacak üzerinden tecil faizi hesaplanarak tahsil edilmesi yoluyla da, vergi alacağının zaman kaybı nedeniyle olası değer kaybının engellenmesine çalışıldığı görülmektedir.

Mükelleflere Kolaylık Sağlanması İlkesi

Devlete borçlu olanlar devletin sürekli gelir kaynağını teşkil eder. Devamlı ve dengeli şekilde kamu hizmetinin sürdürülebilmesi için süresinde tahsili gereken alacağın uzun süre mükellefin zimmetinde bırakılmasına imkân yoktur (Özer, 1979, s.136). Özel hukuk ilişkisinde borçlunun ekonomik durumu alacaklıyı çok ilgilendirmeyebilir. Ancak devletin gelir kaynağını kurutmaması adına, alacağını tahsil ettikten sonraki aşamada borçlunun durumunu gözetmesi gerekir (Kumrulu, 1981, s.653). Adam Smith tarafından “uygunluk ilkesi” olarak ifade edilen bu ilke göre en uygun zamanda ve en elverişli şartlarda verginin alınması gerekmektedir. Mükelleflere bu çerçevede zaman, mekan ve ödemede kolaylık sağlanmaktadır. Mükellef açısından en uygun zamanda, bankalar gibi en uygun yerde ve en rahat, zahmetsiz şekilde ödenmesi kolaylık sağlama ilkesinin içeriğini oluşturmaktadır (Gerçek, 2003, s.16). Aslında borçlulara tanınan hakları ifade eden bu ilke kapsamına yasal koşulların varlığı halinde tecil ve terkinden yararlanma, tahsilatı geri bırakma gibi kurumlar da girer (Gerçek, 2015, s.16).

6183 sayılı Kanun gerekçesinde de ifade edildiği üzere “*kamu alacaklarının takip ve tahsilinde, umumi takip sisteminden ayrı ve daha kolay, seri ve müessir usulleri ihtiva eder** özel bir takip sisteminin mevcudiyetine lüzum hissettirmiş” olması sonucu Tahsili Emval Kanunu ile başlayan vergi icra hukuku düzenlemeleri, modern takip usullerini

benimseyen 6183 sayılı Kanun ile devam etmiş, Kanun gerekçesinde de ifade edildiği üzere tecil gibi kamu borçlusuna modern bakış anlayışının bir tezahürü olarak mükellef lehine oluşturulmuş kurumları bünyesinde barındırmıştır.

Bu nedenle, mükelleflere kolaylık sağlama ilkesinin kanunun ruhunda bulunduğu ifade edilmesi gerekmektedir.

Daha önce de ifade edildiği üzere tecil, borçlular için getirilmiş bir ödeme kolaylığıdır. Tecil uygulaması kapsamında getirilen düzenlemelere mükelleflere kolaylık sağlanması ilkesi çerçevesinde bakıldığında ise, mükellefler için “çok zor durum” halinin tespitine bağlı olarak, borçlarının tecil edilmesini isteme hakkı tanınmıştır. Çok zor durum hali esasen borçlunun borcunu ödemesi için en uygun zamanda olmadığını gösteren bir ölçüt mahiyetindedir. Bu sebeple de, çok zor durum hali tespit edilen borçlulardan teminat ve faiz alınmak suretiyle borçlarının 36 aya kadar tecil edilmesi olanağı getirilmiştir.⁶ Yine tecil edilen borçların mükellefler tarafından ayrıca internet ortamında ödenebilmesi, borçluların kendileri için en uygun mekan ve ödeme yolunu kullanabilmelerini sağlamaktadır. Tecil ile mükelleflere;

- Borcun ertelendiği süre içerisinde borcunu taksitle ödeme,
- Borcun ertelendiği süre içerisinde mali yapılarını düzeltme,
- 48/A kapsamında olan borçları 60 aya varan vadede yürürlükteki tecil faizinden daha düşük faiz oranlarıyla ve tecil edilecek gecikme zammını bunun yerine Yİ-ÜFE baz alınarak hesaplanması yoluyla daha az ödeme,
- Hangi aşamada olursa olsun takip işlemlerini durdurması,
- Tecil koşullarına uyulduğu süre içerisinde cebri icra ile karşılaşmama,
- Haczedilen malların satışının durdurulması (haczin satış öncesi yapılması kaydıyla)
- Vadesi geçmiş borcu olmadığına dair yazı alabilme

imkanı sunulmaktadır. Bunlarla birlikte, tecil ve taksitlendirme kolaylığından faydalanacak olanların vergiyi bir finansman kaynağı olarak görmelerini önlemek veya gerçekte zor durumda olmayanların bu kolaylıktan yararlanmalarını engellemek için tecil faizi alınması yoluna gidildiğinin de unutulmaması gerekir.

Yazılılık İlkesi

Tahsilatta yazılılık ilkesi, idari işlemlerin yazılı olması kuralından doğmaktadır. Hukukun genel prensiplerinden olmayıp, içtihatlarla benimsenen ve idarenin yaptığı işlemlerin niteliğini ve aşamasını ispat için önemli yararı olan bu ilkeye Anayasanın 125.maddesinde, 6183 sayılı Kanununun 40, 46, 55, 59. ve Vergi Usul Kanununun 21. maddesinde rastlamak mümkündür (Gerçek, 2003, s.17).

Tecil uygulaması kanuni alt yapısı yazılılık ilkesine göre oluşturulmuş bir müessesedir. Zira tecil için öncelikle borçlunun yazılı başvurusu gerekmektedir. “Tecil ve Taksitlendirme Talep Formu” ile başvuruda bulunma şartının yanında, formun eksik olması halinde mükelleften eksiklerini gidermesinin yazıyla istenmesi, teminat gösterilmesi ve tecil şartlarına uygun şekilde ödeme yapacağını yazılı olarak taahhüt edilmesi bir arada değerlendirildiğinde, tecil sistematığının idari işlemlerin yazılı olması ilkesine uygun şekilde oluşturulduğu değerlendirilmiştir.

⁶ 6183 sayılı Kanununun 48/A maddesine göre tecil süresini 60 aya kadar uzatmaya Cumhurbaşkanı yetkilidir.

Alacaklının Para İle Tatmini İlkesi

Cebri icrada borçlunun haczedilen mallarının alacaklıya devri mümkün olmayıp satış yoluyla alacaklılar para ile tatmin edilirler. Başka bir deyişle tahsil, el koyma ile değil, paraya çevrilme ile olur (Gerçek, 2015, s.19). Dolayısıyla ister teminat olarak, isterse haciz yoluyla borçlunun menkul ve gayrimenkul malları üzerindeki tasarruf yetkisi elinden alınsın, vadesinde ödeme yapılmadığı takdirde, teferruğ durumu hariç, mallar paraya çevrilmek durumundadır.

Tecil uygulanan alacağın taksitlendirilmesi durumunda yeni bir ödeme planı içinde alacaklı için parasal tatmin oluşturacağı gibi, tecil edilen borç için teminat alınması nedeniyle, tecil kurallarına riayet edilmemesi durumunda teminatın paraya çevrilmesi ya da haczedilen malların satışı yoluyla alacaklının para ile tatminini de sağlanacaktır.

Hapis Cezası Uygulamama İlkesi

Günümüzde kamu borçları da dahil olmak üzere, borç ödenmediği gerekçesi ile hapis cezası verilmesi olanaksızdır (Gerçek, 2015, s.18). 6183 sayılı Kanun öncesinde dahi borç için hapis esası kaldırılmıştır (Özer, 1979, s.137).

6183 sayılı Kanun gerekçesi incelendiğinde, borç için hapsin borçluyu iktisadi faaliyetten alıkoyarak kazanç elde edip borç ödemesini engelleyen makul olmayan bir vasıta olduğu ifade edilmektedir (Özer, 1979, s.137 ; Çelik, 2002, s.37).

Modern icra hukuku şahıs üzerinde değil, malvarlığı üzerinde cebri icrayı benimsemiştir. Malvarlığına el konulup paraya çevrilmesiyle alacaklının tatminini benimseyen bu modelde de insani ve sosyal bazı gerekçelerle haczin sınırları vardır. Kamu alacakları için sadece ödeme emri tebliğ edilmesine rağmen 15 gün içinde mal bildiriminde bulunulmaması halinde hapsen tazyik işlemi uygulanabilir (Gerçek, 2015, s.18). Bu da esasen ceza niteliğinde değil, zorlayıcı bir unsur niteliğindedir.

Görüleceği üzere bu uygulama da borcunu ödemeden kaynaklı olmayıp, süresinde mal bildiriminde bulunmamanın bir sonucudur.

Tecil uygulaması kapsamında getirilen düzenlemelere bakıldığında ise, tecil koşullarına riayet edilmemesi halinde tecil bozulacaktır. Bu durumda borç muaccel hale gelecek, gecikme zammı hesaplanarak gerekli mahsuplaşmalar yapılacak ve teminat alınmışsa paraya çevrilecektir.

Görüleceği üzere, tecil bakımından da bu ilkeye aykırı bir düzenleme yoktur.

Modern Tahsil Yöntemleri Kullanma İlkesi

Mükelleflere gerektiğinde tecil ve taksitlendirme imkanı sunulması, af ve terkin usulü benimsenmesi, ödeme için belli ve sabit yer temini, çek, banka vb. usullerle ödeme kolaylığı getirilmesi (Özer, 1979, .136) takip ve tahsilde formalitelerin azaltılması, hızlı ve etkin takip ve tahsili olanaklı kılan mevzuat hükümlerinin kabul edilmesi ve kaynağın kurutulmaması (Çelik, 2018, s.37) bu kapsamda sayılmakta olup, 6183 sayılı Kanunun tecile ilişkin madde gerekçesinden de görüleceği üzere, tecil bu çerçevede modern bakış açısıyla mükellef lehine getirilmiş bir uygulamadır.

Esasen tecile ilişkin getirilmiş özel bir ödeme yöntemi olmamakla birlikte, 6183 sayılı Kanuna hakim olan modern anlayış çerçevesinde düzenlenen Kanunun ödemeye dair hükümleri tecil hükümleri açısından da geçerlidir. Dolayısıyla 6183 sayılı Kanunun 41.maddesine istinaden kredi kartı, banka kartı, elektronik para transferi, posta çeki, çizgili çek vb. kullanmak suretiyle internet ortamının sağladığı imkanlardan yararlanılarak, kanuni süre zarfında, zaman, mekan sınırlaması olmaksızın tecil edilen borcun ödenmesi mümkündür.

Sonuç

6183 sayılı Kanununun 48 ve 48/A maddelerinde yer verilen tecil kurumu, hiç şüphesiz kamu alacaklarının tahsil usulüne dair yapılan en önemli düzenlemelerden biridir. Kamu hizmetlerinin sürekliliği gözetildiğinde, kamu kaynaklarının korunması gerekmektedir. Tahsilatın devamlılığı için de devletin, tahsilatın yapılmasından sonra da borçlunun ekonomik durumunu gözetmesi gerekmektedir. Gerek genel, gerekse de özel anlamda ekonomik olarak işlerin yolunda gitmediği zaman ve şartlar dikkate alındığında, mükellefler için nefes almak, yeniden toparlanmak ve sağlıklı bir şekilde geleceği planlamak daha da zor bir hal almaktadır.

Vergi icra hukukunda, kamu alacağının tahsilatında mükelleflere kolaylık sağlanması ilkesi çerçevesinde borcun ödeme zamanı, şekli ve yeri konularında avantaj sağlayan yasal düzenlemeler getirilmiş, bunun yanında ise zamanasımı, tahsilatın geri bırakılması, verginin tecili ve terkinin gibi müesseselerden mükelleflerin yararlanmasına olanak sağlanmıştır.

Borçlunun çok zor durumda olduğu böylesi zamanlarda, ödeme kolaylığı sağlamak amacıyla düzenlendiği görülen tecil müessesesi, 6183 sayılı Kanun gerekçesinden de görülebileceği üzere, kamu borçlusuna modern bakış anlayışının bir tezahürü olarak mükellef lehine oluşturulmuş bir düzenlemedir. Uygulama, borcun vadesinde ödenmesi, haciz uygulanması ya da haczedilen malların paraya çevrilmesi durumlarında amme borçlusunun kendisini çok zor duruma düşeceğini öngörmesiyle başlayan bir sürecin sonucudur. Zira bu süreçte, borçlu söz konusu işlemlerin yapılmaması adına kendisine güvenilmesini, borcunun ertelenmesini talep ederek idareye başvurur. Yapılan bu erteleme işlemi, düzenlemenin ayrılmaz bir parçası olarak görülen taksitlendirmeyi de beraberinde getirmektedir. Çünkü borçlunun çok zor durumda bulunması halinde takip, haciz ve satış işlemlerini durdurmak suretiyle elini rahatlatmak, nefes almasını, toparlanmasını ve geleceğe daha emin adımlarla ilerlemesini sağlamak, alacaklı açısından da borcun belli bir ödeme planı dahilinde Hazine'ye intikalini sağlamak oldukça önemlidir.

Bu bakış açısıyla 6183 Sayılı Kanunda tahsilata ilişkin bir takım ilkeler hâkim olmuştur. 6183 sayılı Kanuna hâkim olan ilkeler; tahsilatın devamlılığı, vergi alacağının kesinleşmesi, tahsilatta iktisadilik, vergi alacağının güvence altına alınması, mükelleflere kolaylık sağlanması, yazılılık, alacaklının para ile tatmini, hapis cezası uygulamama, modern tahsil yöntemleri kullanma ilkeleridir. Tecil müessesesi bahsi geçen ilkeler bakımından değerlendirildiğinde tecilin özellikle tahsilatın devamlılığı, tahsilatta iktisadilik ve mükelleflere kolaylık sağlanması ilkelerinin yansıması olan müesseselerden biri olduğu bilgisi ön plana çıkmıştır. Oldukça eski bir düzenleme olmasına ve ödeme kolaylığı sağlayan başka düzenlemelerin varlığına rağmen, ekonomik ve mali sıkıntıların yaşandığı dönemlerde alacaklı açısından tahsilatının devamlılığının, borçlu açısından ödemede kolaylık sağlanmasının yanında geciken ödemelerde ortaya çıkan tahsil masraflarını ortadan kaldırması tecil müessesinin vergi icra hukukundaki yerini koruduğu ve önemini arttırdığı düşüncesine ulaşmamızı sağlamıştır.

Sonuç olarak, özellikle çok zor zamanlardan geçen mükellefler için tecil kurumu oldukça önemli fırsatlar barındıran, vergilendirme ve tahsilata dair ilkelere uygun şekilde oluşturulmuş modern bir düzenlemedir.

Kaynaklar

- Akmansu, M. (1954) *Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkındaki Kanununun Şerh ve İzahları*, Örnek Matbaası, Ankara
- Aktan, C.C. (1990) Vergilerin Tahsilinde Temel İlkeler, *Maliye Yazıları*, Mayıs-Haziran, Sayı 24
- Arıkan, Z. (2004) Vergi Borçlarında Tecil, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları* 46.Seri, <https://dergipark.org.tr/iumamk/issue/744/8024> (Erişim tarihi 10.08.2018)
- Bayraklı, H. H. (2000). *Vergi İcra Hukuku*, Ankara: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları
- Çelik, B. (2018) *Kamu Alacaklarının Takip ve Tahsil Hukuku*, XII levha yayınları
- Devrim, F. (1979) Gelişme Yolunda Olan Ülkelerde Vergilemede Etkinlik ve Ekonomik Yapı Vergisel Yapı İlişkilerinde Uyum Sorunu (Türkiye Örneği) İzmir, Ege Üniversitesi İktisat Fakültesi, Doçentlik Tezi
- Eroğlu Durkal, M. (2019) İdarenin Sorumluluğunun Ortaya Çıkışı Ve Temeli, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* C. XXIII, s.159-189, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/686481> , (Erişim tarihi 05.05.2019)
- Gerçek, A. (2003) *Türk Vergi Hukukunda Tahsilat İşlemi ve Etkinliği*, Ekin, Bursa
- Gerçek, A. (2015) *Kamu Alacaklarının Tahsil Hukuku*, Ekin, Bursa
- Giritli, İ., Akgüner, T. (1987) *İdare Hukuku Dersleri-II*, Filiz Kitabevi, İstanbul
- Öncel, M., Kumrulu, A., Cağan, N., (1992) *Vergi Hukuku*, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara
- Özer, İ. (1979) *Kamu Alacaklarının Tahsili Teorisi ve Türkiye’de Uygulaması*, Ankara, TODAİE Yayınları, No:187
- Özden, T.M. (1998) Amaçları Açısından Türk Vergi Hukukunda Vergi Ertelemesi Uygulamalarının Değerlendirilmesi, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/296646> (Erişim tarihi 01.07.2018)
- Tuncer, S. (2006) Vergi Hukukunda Tecil ve Taksitlendirme, *Yaklaşım Dergisi*, Haziran, www.yaklasim.com (Erişim tarihi 10.08.2018)
- Ünlü, M.C. (1995) *Açıklamalı İçtihatlı 6183 Sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun*, Seçkin Yayınları, Ankara
- Yılmaz, K. (2015) *Açıklama ve Örnek Yargı Kararları İle 6183 Sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun Uygulaması*, Maliye Hesap Uzmanları Derneği, Mart, İstanbul
- 6183 Sayılı Kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.6183.pdf>, Erişim tarihi 21.10.2018
- İlgili Alt Mevzuat
<https://tdk.gov.tr>
<https://www.gib.gov.tr/gibmevzuat>

İÇ MİMARLIK EĞİTİMİNE YÖNELİK UZAKTAN EĞİTİM MODELİ ÖNERİLERİ*

Kemal SAKARYA¹

ÖZ

Günümüzde bilişim ve iletişim teknolojileri her alanda olduğu gibi eğitim alanında da kullanılmaktadır. Tasarım eğitimi veren kurumlarda geleneksel stüdyo uygulamalarının yanı sıra, tasarım sürecinde yeni denemeler de gerçekleştirilmektedir. Popüler eğitim modellerinden biri olan Uzaktan Eğitimin tasarım sürecinde kullanıldığı bu denemelerde, farklı disiplinlerden tasarımcıların zaman ve mekandan bağımsız olarak ortak bir tasarım problemi üzerinde çalışabilmesi ve tasarımcılar arasında işbirliği kavramının geliştirilmesi, eğitimde kalitenin yükseltilmesi adına başarılı sonuçlar vermektedir. Bu makalede, yapılan denemeler referans alınarak İç Mimarlık eğitim programı için geliştirilmeye açık iki farklı model önerisi planlanmış ve uygulanmak üzere önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İç Mimarlık Eğitimi, Uzaktan Eğitim, Sanal Tasarım Stüdyosu

SUGGESTIONS OF DISTANCE EDUCATION MODELS FOR INTERIOR DESIGN EDUCATION

ABSTRACT

Nowadays, information and communication technologies are used in education field as well as in all other fields. New attempts have carried out at design education in addition to traditional design studio practices at design education institutes. In this attempts, which used most popular education model "Distance Education" at design process, gives successful results as behalf of the increase the education quality, development the collaboration and allow work on common design problems to multidisciplinary designers who distanced from time and place. In this paper, two different modal proposals were planned in the light of previous studies and proposed for Interior Design Education programs.

Keywords: Interior Design Education, Distance Education, Virtual Design Studio

Giriş

Günümüzde bilişim teknolojileri her alanda olduğu gibi eğitim alanında da yoğun bir biçimde kullanılmaktadır. Mevcut İç Mimarlık eğitimi de bu gelişmelerden etkilenmektedir.

Geleneksel İç Mimarlık eğitimi, eğitmen ile öğrencinin yüz yüze ve etkileşimli olarak çalışmaları biçimindeyken, bilişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte mevcut geleneksel yöntemler, modern yöntemlerle desteklenmeye başlamıştır.

Uzaktan eğitim modeli ile birlikte eğitim süreci iletişim teknolojileri ile desteklenerek gelişmeye devam etmektedir. Bu modelde eğitmen ve öğrenciler zaman ve

¹ Arş.Gör., Çukurova Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, ksakarya@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7294-4981

* Bu çalışma yazarın Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan "İç Mimarlık Eğitiminde Bilişim Sistemlerinin Kullanımı ve Tasarım Sürecinde Uzaktan Eğitim" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Received/Geliş: 16/06/2019 Accepted/Kabul:27/08/2019, Literature Review/Derleme

Cite as/Alıntı: Sakarya, K. (2019), "İç Mimarlık Eğitimine Yönelik Uzaktan Eğitim Modeli Önerileri", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s.388-401.

mekan sınırlaması olmadan eşzamanlı veya farklı zamanlarda çalışarak tasarım sürecine katılabilmektedir.

Uzaktan eğitim modellerinin yaygınlaşması ile birlikte önem verilen ve üzerinde çalışılan alanlardan birisi de tasarım stüdyolarıdır. Tasarım eğitiminde yürütülen stüdyo çalışmalarının mevcut teknolojinin olanaklarından en üst düzeyde faydalanarak sürekli olarak güncellenmesi amaçlanmaktadır.

Bu kapsamda oluşturulan Sanal Tasarım Stüdyolarında, tasarım süreci kısmen veya tamamen bilişim ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar dahilinde yürütülmekte, zaman ve mekan gibi süreç için önemli iki kısıtlamayı ortadan kaldırdığı için tasarım ve eğitim verimliliği artırılabilir.

Bu makalede, geçmiş yıllarda uygulanan Sanal Tasarım Stüdyosu denemeleri referans alınarak İç Mimarlık eğitim programı için geliştirilmeye açık iki farklı model önerisi planlanmış ve uygulanmak üzere önerilmiştir.

Bu önerilerin amacı, İç Mimarlık eğitimi süresince interaktif paylaşımın sağlanarak tasarımcılar arasında bilgi aktarımının hızlandırılması ve bilginin disiplinler arası tasarımcılar tarafından paylaşılarak tasarım verimliliğinin artırılmasıdır.

1. Geleneksel Tasarım Eğitimi

Geleneksel tasarım eğitiminde stüdyolar farklı yöntemlerle yürütülmektedir. Derslerin işleniş biçimine göre en sık karşılaşılan yöntemler metafor yöntemi, evrimsel tasarım yöntemi, 9 kare Grid yöntemi ve analiz-sentez yöntemi şeklinde ifade edilebilir (Zorlu vd., 2012, s.43). Bu yöntemler tasarım probleminin belirlenmesine ve öğrencilerin tasarım sürecini şekillendirmeye yönelik eğitimci yaklaşımlarıdır.

Tasarım sürecinin yönlendirilmesinden bağımsız olarak ise eğitim yöntemleri, stüdyoların katılımcı profiline göre *yatay* ve *dikey eğitim* olarak ikiye ayrılmaktadır. Yatay stüdyo eğitiminde ders esnasında eğitim alan grubun tamamı aynı sınıfın öğrencileridir. Böylece öğrencilerin proje düzeyleri aynı veya birbirine yakın olmaktadır. Aynı tasarım problemi üzerinde çalışan öğrencilerden projeye yaklaşımları olumlu bulunanlar, diğer öğrencilere de örnek olmakta ve daha çok çalışmaları konusunda birbirlerini teşvik etmektedir. Dikey stüdyo eğitiminde ise ders esnasında eğitim alan grup, farklı sınıfların öğrencilerinden oluşmaktadır. Yatay stüdyo eğitiminde olduğu gibi tasarım sürecinin bireysel ilerlemesine bağlı olmasına rağmen, proje grubunda farklı ölçeklerde ve farklı konulardaki problemler üzerinde çalışan öğrenciler bulunmaktadır. Böylece öğrenci, özellikle kendisinden daha üst sınıftaki grup arkadaşından farklı yaklaşımlar görme olanağına sahip olabilmektedir.

Geleneksel yöntemlerle birlikte tasarım stüdyolarında eğitimciler tarafından farklı uygulamalar da yürütülmektedir. Bu çalışmanın da konusu olan uzaktan eğitim yönteminin kullanıldığı *sanal stüdyolar*, uygulamaya yönelik olarak tasarımların yapıldığı *tasarla-yap* eğitimleri ve disiplinler arası katılımcılar ve eğitimciler tarafından yürütülen *multi-disipliner stüdyolar* da modern stüdyo eğitim yöntemi olarak uygulanabilmektedir.

2. Tasarım Sürecinde Uzaktan Eğitimin Tarihçesi

İlk olarak 1990 yılında MIT Media Laboratuvarı'nda verdiği bir konferansta W.Mitchell tarafından kullanılan *Sanal Tasarım Stüdyosu* kavramı, günümüze kadar farklı ülkelerdeki pek çok üniversitede, uluslararası düzeyde bilgisayar ortamında ortak tasarım

çalışmaları ile ilgili farklı yöntem ve yaklaşımlar ile uygulanmaya çalışılmıştır (Mitchell ve McCullough, 1991, s.197; Tong ve Çağdaş, 2005, s.1).

Sanal Tasarım Stüdyoları, coğrafi olarak birbirinden uzak konumlardaki tasarımcıların işbirliği yaparak ve iletişim kurarak dijital ortamlarda tasarımlarını yapmalarına olanak verir. Tasarım ekibinin üyeleri etkileşimli ve etkileşimli olmayan oturumlarda birbirleriyle iletişim kurabilirler. Tasarım bilgilerini ve tasarımla ilgili görüş ve düşüncelerini bilgisayar ortamında paylaşırlar (Maher, Simoff ve Cicognani, 2000, s.3; Tong ve Çağdaş, 2005, s.1).

Dünya çapında üniversitelerin ve tasarım okullarının, tasarım sürecine iletişim sistemlerini de dahil etmeleri ve Sanal Tasarım Stüdyosu denemeleri yapmaları ile ortaya çok çeşitli örnekler çıkmış ve halen çıkmaktadır.

Yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak Mimarlık alanında olmakla birlikte, deneysel çalışmalarla ilgilenen akademisyenler ve öğrenciler sayesinde Sanat ve Tasarımın diğer alanlarında da benzer çalışmalar yapılmaktadır.

Bu alanda literatüre giren ilk somut örnek 1992 yılında yapılmış olan “Uzaktan İşbirliği” adı verilen çalışmadır. British Columbia Üniversitesi (Kanada) ve Harvard Üniversitesi (Cambridge, ABD) öğrenci ve akademisyenlerinin katıldığı bu çalışmada proje konusu olarak “prefabrik depo” belirlenmiş ve tasarım çalışmaları yapılmıştır. Öğrenci ve akademisyenler arasındaki iletişim e-mail ve FTP (File Transfer Protocol/Dosya Transfer Sistemi) aracılığıyla sağlanmış ve eş zamansız bir eğitim uygulanmıştır (Broadfoot ve Bennett, 2003, s.14).

1993 yılında gerçekleştirilen “Sanal Köy” projesine Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT, ABD), Harvard Üniversitesi (Cambridge, ABD), Hong Kong Üniversitesi (Çin), British Columbia Üniversitesi (Kanada) ve Washington Üniversitesi (Seattle, ABD) gibi farklı ülkelerde bulunan üniversiteler katılmıştır. Üç haftalık sürede gerçekleştirilen ve toplam 54 katılımcının yer aldığı çalışmada, proje konusu olarak geleneksel Çin Seddi kıyılarında modern bir köy tasarımı yapılmıştır. Ayrıca bu çalışma ile birlikte, Dijital Mantar Pano (Digital Pinup Board) sistemi kullanılmaya başlanmıştır (Broadfoot ve Bennett, 2003, s.14). Bu sistemin mantığı, tasarım sürecinde elde edilen tüm verileri arşivleyip, geleneksel stüdyo ortamında sonradan ulaşılabilir hale getirmesidir.

Kısıtlı bant genişliği² kullanılmasına rağmen bu çalışma, tasarımda işbirliği, eşzamanlı iletişim, video-konferans desteği, veri arşivleme gibi unsurlar bakımından Sanal Tasarım Stüdyosu tarihinin ilk kapsamlı örneği olduğu söylenebilir (Broadfoot ve Bennett, 2003, s.15).

Sanat eğitimi amaçlı olarak kullanılan ilk Sanal Tasarım Stüdyosu 1997 yılında kurulmuştur. Brighton Üniversitesi (İngiltere) ve Basel Sanat Enstitüsü (İsviçre) öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilen stüdyonun teması “Varlık ve Hayal” olmuştur (Broadfoot ve Bennett, 2003, s.15).

Mimarlık alanı dışında Sanal Tasarım Stüdyosu uygulamalarının yapılmasıyla, farklı disiplinlerden akademisyenler de stüdyo denemelerine katılmışlardır. Glasgow Sanat Enstitüsü (İskoçya) ve Strathclyde Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

² Bant Genişliği / Bandwidth: Belirli zaman aralığında, bir iletişim kanalından iletilebilen veri miktarı.

(Glasgow, İskoçya) öğrencilerinin ortak katılımıyla çeşitli stüdyo çalışmaları yapılmıştır (Broadfoot ve Bennett, 2003, s.16).

1998 yılında Hong Kong Üniversitesi (Çin), Zürih Teknoloji Enstitüsü (İsviçre) ve Washington Üniversitesi (ABD) katılımıyla gerçekleştirilen ve “zaman döngüsü” kavramını uygulayan ilk Sanal Tasarım Stüdyosu ünvanını alan “Zaman Çoğullayıcı” isimli çalışmada katılımcılar, aralarındaki coğrafi saat farklılıklarını avantaj haline getirerek tasarım sürecine sürekli bir döngü halinde devam etmişlerdir (Kolarevic, Schmitt, Hirschberg, Kurmann ve Johnson, 1998, s.2).

1999 yılından itibaren üniversiteler Sanal Tasarım Stüdyolarına daha fazla önem vermeye başlamıştır. Oluşturulan birlik ve gruplarla her yıl çok geniş katılımlar ile kapsamlı projeler üretilebilmiştir. Bu birliklerin en kapsamlılarından birisi Las Americas Sanal Tasarım Stüdyosu (Las Americas Virtual Design Studio-VDS)’dur. Indiana Ball State Üniversitesi Mimarlık ve Şehircilik Fakültesi’nin önderliğinde kurulan birlikte Latin ve Kuzey Amerika ülkelerinden çeşitli üniversiteler yer almaktadır. Her yıl güz döneminde yürütülen projelerde kapsamlı tasarım problemleri üzerine çalışılmaktadır (Blevis, Lim, Stolterman ve Makice, 2008, s.79).

Yaklaşık 20 yıllık bir geçmişi olan Las Americas Virtual Design Studio’da tasarım süreci ortak etkileşimli veritabanı ve video-konferans sistemi gibi bilişim ve iletişim teknolojileri ile desteklenmektedir (URL-1).

Tasarım Sürecinde Uzaktan Eğitim

Uzaktan Eğitim uygulamaları, eğitimi verilecek dersin işleniş yöntemi ve iletişim seçenekleri bakımından eş zamanlı ve eş zamansız (senkronize ve asenkronize) olmak üzere ikiye ayrılır (Maher, Simoff ve Cicognani, 2000, s.69). Diğer bir deyişle uzaktan eğitimin, geleneksel tasarım eğitiminden ayrıştığı nokta, eğitimin eş zamansız olarak yapılabilme olanağıyla birlikte, eğitmen ve öğrenci iletişiminin aynı mekanda bulunmaya gerek kalmaksızın sağlanabilmesidir.

Eğitim Yöntemleri

Eş zamanlı eğitim’de dersler, eğitmen ve öğrencilerin ortak etkileşimi ile yürütülür. Bilişim ve iletişim sistemi, eş zamanlı olması istenen eğitim sürecinin yürütülmesine olanak sağlayacak şekilde seçilir. Örneğin Sanal Tasarım Stüdyolarında uygulanacak olan Uzaktan Eğitim çalışmasının genellikle eşzamanlı olarak yürütülmesi tercih edilmektedir.

Eş zamansız eğitim’de ise dersler, eğitmen ve öğrencinin sıra tabanlı etkileşimi ile yürütülür. Eğitmenin ders notlarını hazırlayıp öğrencilerin kullanımına sunması ve bu içeriklerin öğrenciler tarafından takip edilip, verilen ödevler hazırlandıktan sonra eğitime geri gönderilmesi şeklinde süreç ilerler.

Eğitimi verilecek dersin içeriklerine göre kaynak olarak kullanılacak ders notlarının hazırlanması ve öğrenciye sunulmasında Podcast ve Videocast olarak adlandırılan *Mobil Öğrenme İçerikleri* yaygın olarak kullanılmaktadır.

Podcast, I-pod ve broadcast kelimelerinden türetilmiş olup, mp3 formatındaki ses dosyasıdır. *Videocast* ise Podcast içeriğine video veya görsellerin dahil edildiği verilerdir (Işık, Özkaraca ve Güler, 2011, s.864).

Her iki tür içerik de, herhangi bir masaüstü bilgisayar, akıllı telefon, taşınabilir oyun aracı veya tablet pc tarafından rahatlıkla takip edilebilmektedir. Mobil içerikler, eğitim materyallerinin bu cihazlara kaydedilerek internet bağlantısına gerek duyulmadan

istenilen her an ders içeriğinin takip edilebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede eğitim zaman ve mekan kısıtlamasından kurtulup, sürekli hale gelebilmektedir.

İletişim Seçenekleri

Eş zamansız iletişim'de tasarımcılar farklı zaman dilimlerinde tasarımın farklı bölümleri üzerinde çalışabilmektedir. Tasarım ekibindeki üyeler arasındaki iletişim, email ve FTP ile farklı zamanlarda kurulmaktadır.

Tasarım eğitimi uygulamalarında ise süreç, öğrencinin oluşturduğu verileri eğitmeniye göndermesi ve eğitmeninin verileri kontrol edip gerekli düzeltmeleri yaparak öğrenciye geri göndermesi şeklinde ilerlemektedir. Örneğin bir proje dersinde öğrenci, yapmış olduğu tasarımı belirli aşamaya getirdikten sonra veya belirli zaman aralıklarında kontrol etmesi için eğitmeniye yollamakta ve eğitmeniden gelen düzeltmelere göre tasarıma devam ederek süreci ilerletmektedir.

Eş zamanlı iletişim'de ise tasarımcılar eş zamanlı olarak çalışabilmektedir. Tasarım ekibinin üyeleri arası iletişim, yüksek hızlı internet bağlantısı sayesinde video-konferans, ortak erişilebilir elektronik beyaz tahta ve ortak tartışma forumları ile sağlanmaktadır.

Tasarım eğitimi uygulamalarında ise süreç, öğrenci ve eğitmeninin aynı proje üzerinde ses ve görüntü paylaşımı ile eş zamanlı olarak çalışabilmesine olanak sağlayan sistemlerle ilerlemektedir. Örneğin video-konferans yazılımları sayesinde eğitmeni ve öğrenci farklı mekanlarda bulunsalar dahi ses-görüntü iletişimleri kesintisiz olarak kurulabilmektedir.

Bazı eğitim uygulamalarında ise süreç planlamasına bağlı olarak her iki iletişim çeşidi de birlikte kullanılabilir (Kvan, 1997, s.169). Bu yöntemde öğrenci ve eğitmeni arasındaki iletişimin belirli zamanlarda eş zamansız, belirli zamanlarda ise eş zamanlı şekilde sağlanmasıyla tasarım süreci ilerlemektedir.

Görev Dağılımları

Tasarım sürecinde yapılan Uzaktan Eğitim uygulamalarında tasarımcılar, süreç planlamasına göre tasarıma iki farklı şekilde katkı sağlayabilmektedir (Maher, Simoff ve Cicognani, 2000, s.78):

Tek Kişilik Görev kavramında tasarımcılar bireysel olarak kendi kişisel kararlarını tasarıma aktarır. Oluşturulan tasarımlar, tasarımcının stüdyo çalışmasında bireysel katkısını göstermektedir. *Çok Kişilik Görev* kavramında ise tasarımcılar bir ekip oluşturarak tasarıma ortak kararlarını yansıtır.

Süreç planlamasına bağlı olarak ekibi oluşturan tasarımcıların *Tek Kişilik Görevleri* birleştirilebilir. Bu sayede her tasarımcı, tasarımın belirli bir yönünü ele alarak çalışabilmektedir (Saghaf, Franz, ve Crowther, 2012, s.11).

İç Mimarlık Eğitimi İçin Model Önerileri

Bilişim ve iletişim teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilen tasarım çalışmalarında, Uzaktan Eğitim modelinin;

- Zaman ve mekan kısıtlamalarını ortadan kaldırması,
- Farklı disiplinlerden tasarımcıların sürece dahil edilebilmesi,
- Daha kısa sürede daha fazla tasarım alternatifinin oluşturulabilmesi,
- Tüm sürecin dijital ortamda kaydedilerek geri dönüşlerin ve süreç yönetiminin kolaylığı gibi avantajları sayesinde, tasarım sürecinin Geleneksel Eğitim Modellerine

nazaran daha verimli olmasını ve yapılan tasarımlarda ulaşılan kalitenin artırılması sağlanabilmektedir.

Bu sebeple, daha önce yapılmış olan Uzaktan Eğitim uygulamaları dikkate alınarak; Çukurova Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü Ders Planında yer alan *İç Mimari Proje* dersleri için iki farklı model önerisi tasarlanmıştır.

- Birinci modelde geleneksel eğitim modelinde uygulanan eğitimci-öğrenci iletişimi göz önünde bulundurularak *bireysel tasarımcı odaklı* bir öneri hazırlanmıştır. Tasarım süreci, seçilen proje konusuna ve planlamaya bağlı olarak 5 hafta ile 14 hafta arasında değiştirilebilir.
- İkinci model ise, tasarımda işbirliğinin önemi dikkate alınarak *tasarım ekibi odaklı* bir öneri şeklinde hazırlanmıştır. İlk model önerisinde olduğu gibi bireysel eğitimci-öğrenci iletişimine ek olarak oluşturulan ekiplerde öğrenciler arasında da iletişim kurulması öngörülmüştür. Tasarım süreci seçilen proje konusuna ve planlamaya göre farklılık gösterebilir.

Bireysel Tasarımcı Odaklı Model Önerisi

Geleneksel tasarım eğitiminde öğrenciler eğitimci ile bireysel iletişim içerisinde. O dönem proje dersinde çalışılacak proje konusu eğitimciler tarafından belirlenir ve öğrencilere iletilir. Proje konusu hakkında bilgi alan öğrenciler öncelikle konuyla ilgili araştırmalarını yapar ve eğitimciler ile görüşerek, araştırmalarından elde ettikleri verileri tasarım bilgisine dönüştürerek yorumlarlar.

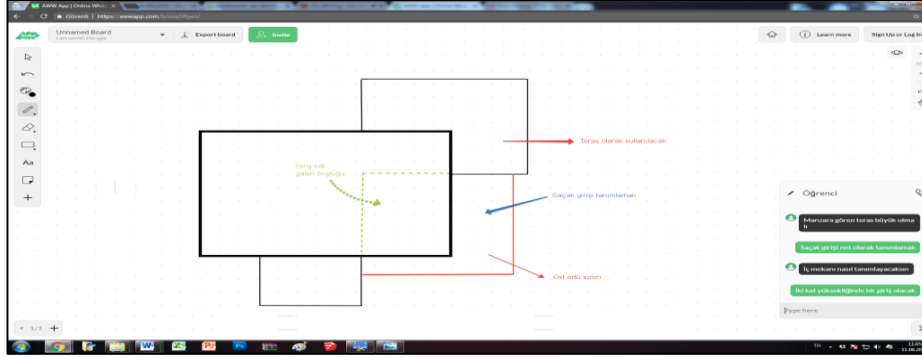
Daha sonra bu yorumlar leke etüdünden başlayarak sürekli gelişen bir süreç içerisinde tasarıma dönüştürülür. Tüm süreç eğitimci ile öğrenci arasındaki periyodik değerlendirmelerle sürdürülür.

Bireysel Tasarımcı Odaklı Modelde Tasarım Araçları: Bireysel Tasarımcı Odaklı Model Önerisinde, geleneksel tasarım eğitimi yöntemi esas alınarak eğitimci-öğrenci arasındaki tüm iletişimin, internet teknolojileri ile gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Tasarım sürecinde yapılan leke etütleri ve ilk çalışmalar, internet ortamındaki *Sanal Eskiz* yazılımları ile sağlanmıştır (Şekil 1).

Bu tip yazılımlarda sisteme giriş yapan öğrenci, eğitimciye email ile davet yollayarak eş zamanlı çalışmayı başlatmaktadır. Eğitimci, öğrencinin tasarım kararlarını çizimlerle, notlarla veya konuşma penceresinden yazılı olarak açıklayarak değerlendirebilmektedir. Yazılım birden fazla kişiye aynı ekran üzerinde eskiz yapabilmeye olanağı sunduğu için bu model önerisinin ilerleyen aşamalarında da tasarım sürecine destek olacağı düşünülmektedir.

Sanal eskiz yazılımlarında eş zamanlı kullanıcı sayısında herhangi bir kısıtlama olmadığı için bu modelde eğitim görececek öğrenci sayısı serbest olabilmektedir.

Bu aşamada yapılan tüm çalışmalar isteğe göre yazılımın kendi hafızasına veya eğitimci ve öğrencinin bilgisayarlarına indirilerek kaydedilebilir. Böylece tasarım süreci kayıt altına alınarak geri dönüşlerle tasarımın gelişimi kontrol edilebilmektedir.



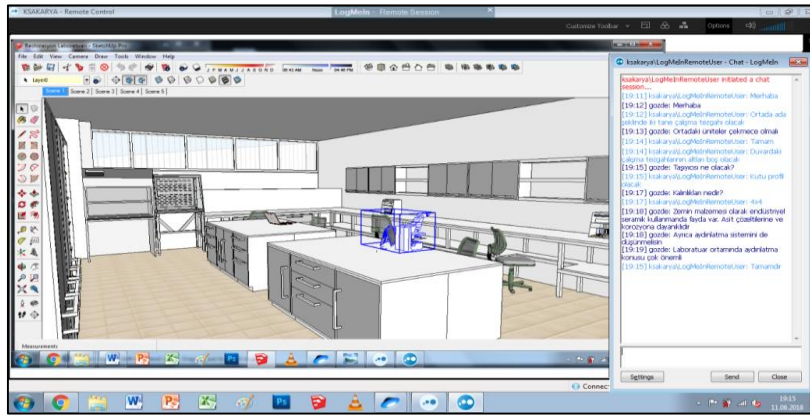
Şekil 1. Sanal Eskiz yazılımı arayüzü (Sakarya, 2019)

Tasarımın ilerleyen aşamalarında leke etütleri, 2 boyutlu çizim ve 3 boyutlu modellemelere dönüşeceği için Sanal Eskiz yazılımlarının yetersiz kalacağı düşünülmektedir. Bu aşamadan itibaren tasarım sürecinde iletişimin Uzak Masaüstü Bağlantısı yazılımları ile devam ettirilmesi planlanmıştır (Şekil 2).

Bu tip yazılımlarda öğrenci, kendi bilgisayarına programı yükler ve bir erişim şifresi belirler. Eğitimi, yazılımın web sitesinden kendi kullanıcı bilgileri ile giriş yaparak öğrencinin belirlediği şifre ile bilgisayarına bağlanır.

Eğitimi kendi bilgisayarından öğrenci bilgisayarının ekranını görür. İletişim kurulduğu sırada açık olan proje üzerinde her türlü değişiklik bu yolla yapılabilir. Yazılımın sohbet özelliği kullanılarak öğrencinin tasarım kararları ve eğitiminin tasarıma ilişkin yorum ve değerlendirmeleri iletişim verileri olarak kayıt altına alınır.

Aynı şekilde her bağlantı, eğitiminin kullanıcı profiline kaydedildiği için tasarım sürecinde herhangi bir aşamaya geri dönüş sağlanabilmekte ve tasarımın gelişimi daha rahat kontrol edilebilmektedir.



Şekil 2. Uzak Masaüstü Bağlantısı yazılımı arayüzü (Sakarya, 2019)

Tasarım çalışmasının başlangıç ve ileri aşamalarında bu iki yazılım çeşidi kullanılarak tasarım sürecinde Uzaktan Eğitim modelinin gerçekleştirilebilmesi amaçlanmıştır.

Süreç planlamasına bağlı olarak modelin geliştirilmesi gerekebilir. Örneğin eğitim programında planlanan ön jüri değerlendirmeleri, bu modelde video-konferans bağlantısı ile uygulanabilir.

Bireysel Tasarımcı Odaklı Modelde Tasarım Yöntemi:İlk iki yılda eğitim programında bulunan dersleri alan ve gerek mesleki, gerekse CAD programlarının kullanımına yönelik bilgi birikimi edinen öğrencilerin bu modelle eğitim görmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir. Bu sebeple Ç.Ü. Mimarlık Fakültesi İç Mimarlık Bölümü 5.yarıyıl öğrencilerinin aldığı *İÇM 301 İç Mimari Proje III* dersi bu modele daha uygundur. Bu modelle yapılacak stüdyo uygulamasında, süreç planlamasının ders yürütücü Öğretim Elemanı tarafından hazırlanarak *Eğitim Öğretim Bilgi Sistemi*'ne aktarılan ders akış planına eş değer olması önerilmektedir (Şekil 3). Bu planda 15 haftalık eğitim öğretim dönemi içerisinde ilk haftadan son haftaya kadarki süreç, projenin gelişim aşamalarıyla yer almaktadır. Böylece öğrenciler hangi haftada hangi aşamada olacaklarını dönem başlangıcından itibaren öğrenebilmekte ve süreç içerisinde zaman yönetimini bu plana göre yapabilmektedir.

Ders akış planında yer alan sıralamaya uygun olarak; ilk haftalarda yapılan teorik anlatımlar ve tartışmalardan sonra uygulanacak tasarım sürecinin erken safhalarının *sanal eskiz* yazılımlarıyla, ilerleyen safhaların ise *uzak masaüstü bağlantısı* yazılımlarıyla sağlanması hedeflenmiştir.

Ders Planı			
Hafta	Konu	Öğrencinin Ön Hazırlığı	Öğrenme Aktiviteleri ve Öğretme Yöntemleri
1	Dönemlik proje konusunun verilmesi	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Teorik anlatım
2	Araştırma sunumlarının değerlendirilmesi.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Görsel Malzeme sunumu.
3	Kavramsal yaklaşımın ve tasarım fikrinin belirlenmesi.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Eskiz ve çalışma maketi kullanımı
4	1/100 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Eskiz ve çalışma maketi kullanımı
5	1/100 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Eskiz ve çalışma maketi kullanımı
6	1/50 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Uygulamalar
7	1/50 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Görsel malzeme sunumu
8	Ara sınav	Jüri Değerlendirmesi	Veri grafiklerinin hazırlanması
9	1/20 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Uygulamalar
10	1/20 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Uygulamalar
11	1/20 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Görsel malzeme sunumu
12	1/20 ölçeğinde proje kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Uygulamalar
13	1/20 ölçeğinde proje kritikleri.	Stüdyo içi tartışma ve eleştiriler	Uygulamalar
14	Sunuş tekniklerinin tartışılması, stüdyo kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Uygulamalar
15	Sunuş tekniklerinin tartışılması, stüdyo kritikleri.	Teorik anlatım, örnekleme ve tartışma	Uygulamalar
16/17	Final Proje Değerlendirmesi	Dönem sonu jüri değerlendirmesi	Veri grafiklerinin hazırlanması

Şekil 3. İÇM 301 İç Mimari Proje III dersinin Ders Akış Planı (URL-2)

Tasarım Ekibi Odaklı Model Önerisi

Bir önceki model önerisinden farklı olarak bu modelde öğrencilerin bir tasarım ekibi oluşturarak işbirliği içerisinde çalışması amaçlanmıştır.

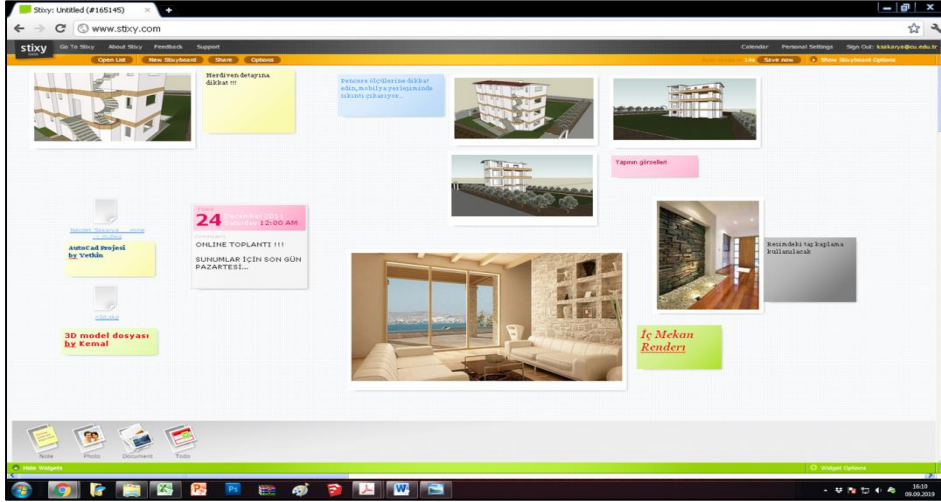
Tasarım ekibi ile çalışmanın en önemli avantajı, bilginin paylaşılarak ekipte yer alan tüm tasarımcılar tarafından işlenmesi ve böylece daha kapsamlı projeler üzerinde çalışılabilmesidir.

Bununla birlikte farklı gruplardan öğrencilerin tasarım ekibine dahil edilebilmesi nedeniyle dikey stüdyo eğitimine daha uygun bir modeldir.

Tasarım Ekibi Odaklı Modelde Tasarım Araçları: Bir önceki model önerisinde olduğu gibi, tasarım sürecinde yapılan leke etütlerinin ve ilk çalışmaların *sanal eskiz* yazılımları ile ilerleyen aşamaların ise *uzak masaüstü* bağlantısı yazılımları ile devam ettirilmesi düşünülmüştür.

Eğitmcilerin proje ekiplerine jüri değerlendirmeleri eş zamanlı video-konferans bağlantısıyla yapılabilecektir. Ayrıca bu modelde *bülten panosu* (bulletin board) ile gruplar arası iletişim sağlanmaktadır (Şekil 4).

Bülten panosu, yazılım yapısı itibariyle tasarım verilerini ve çıktılarını yüklemelerin zaman sırası ile kaydedebilmektedir (Wojtowicz, 1995, s.127). Öğrenci ve eğitmciler bülten panosunu eşzamanlı veya eş zamansız olarak kullanabilmektedir. Panoda aynı zaman dilimi içerisinde çevrimiçi olarak eş zamanlı veya farklı zamanlarda çevrimiçi olarak eş zamansız iletişim kurulabilmektedir. Hâlihazırda çevrimdışı olan bir kullanıcı, kendisinden önce panoya yüklenen tasarım verisine çevrimiçi olduğunda ulaşabilmektedir. Böylece aynı zaman dilimi içerisinde panoda çevrimiçi olmaya gerek duyulmadığından, zaman kullanımı konusunda esneklik sağlanabilmektedir.



Şekil 4. Bülten Panosu yazılımı arayüzü (Sakarya, 2019)

Tasarım Ekibi Odaklı Modelde Tasarım Yöntemi: Bir önceki modelde olduğu gibi bu model de, belirli bir deneyim kazanmış öğrencilere yönelik olarak planlanmıştır. İlk üç

yılda eğitim programında bulunan dersleri alan, gerek mesleki gerekse CAD programlarının kullanımına yönelik bilgi birikimini edinen ve ekip çalışmasına katılabilecek yeterlilikte olan öğrencilerin bu modelle eğitim görmesinin daha uygun olacağı öngörülmektedir.

Bu sebeple Ç.Ü. Mimarlık Fakültesi İç Mimarlık Bölümü 7. Yarıyıl öğrencilerinin aldığı *İÇM 401 İç Mimari Proje V* dersi bu modele daha uygundur. Bu modelle yapılacak uygulamada, süreç planlamasının ders yürütücü Öğretim Elemanı tarafından hazırlanarak *Eğitim Öğretim Bilgi Sistemi*'nde aktarılan ders akış planına eş değer olması önerilmektedir (Şekil 5). Bu planda 15 haftalık eğitim öğretim dönemi içerisinde ilk haftadan son haftaya kadarki süreç, projenin gelişim aşamalarıyla yer almaktadır. Bununla birlikte daha önceki döneme ait projeden farklı olarak, proje kapsamı genişlemekte ve uygulamaya daha dönük bir tasarım süreci yürütülmektedir.

Öğrencilerin lisans öğrenimindeki son dönemleri olması sebebiyle tasarım ekibi odaklı modelin bu döneme ait proje dersinde kullanılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Öğrenciler, meslek hayatlarına atıldıklarında farklı uzmanlık alanlarından kişilerle ortak projeler yürütebilmektedir. Farklı uzmanlık alanlarına örnek olarak tasarımcılar, üreticiler ve uygulayıcılar verilebilir. Bu durumdan yola çıkılarak, mezuniyet öncesindeki son proje stüdyolarında, tasarım ekibi ile çalışmayı deneyimlemeleri de öğrenciler adına olumlu bir yaklaşımdır.

Ders Akışı			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Yöntem
1	Konu ile ilgili projelerin öğrencilere dağıtılması, ödev: 1) Konu hakkında benzer başarılı değişik restorasyon projeleri hakkında araştırmalar yapılması ve 2) Binanın yerinde incelenmesi. 3) Binaya yapılacak işlev hakkında öneri yapılması. Bina ile ilgili yapılan çalışmaların PowerPoint ve proje sunusu olarak takdim edilmesi, çalışma konularının tartışılması, ödev: ihtiyaç listesi alternatifleri geliştirilmesi.	Ödev: 1) Konu hakkında benzer başarılı değişik restorasyon projeleri hakkında araştırmalar yapılması ve 2) Binanın yerinde incelenmesi.	Ödev: (Saha çalışması, kütüphane ve internet araştırması), standart stüdyo
2	Seminer 1: a) Uygulanmış restorasyon proje örneklerinin sunumu ve b) Önerilen ihtiyaç listelerinin netleştirilmesi. Bina restorasyonu ve restorasyonu hakkında atölye çalışması yapılması ve proje çalışmalarının değerlendirilmesi.	Binaya yapılacak işlev hakkında öneri yapılması, ihtiyaç listesi alternatifleri geliştirilmesi.	Gösterim, çizim takdimi, standart stüdyo.
3	Mekân organizasyonu çalışmaları.	Avan proje çalışmaları, mimari tarz araştırmaları.	Seminer.
4	Teorik Ders: Yurt içi ve yurt dışı başarılı restorasyon örnekleri + proje çalışmalarının değerlendirilmesi. Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Mekân organizasyonu etütlerinin yapılması. İç mimari tasarım için öneriler geliştirilmesi.	Ödev, problem çözme.
5	Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi. Konferans: Mekân Tasarımı.	İç Mimari tasarım için öneriler geliştirilmesi. Proje etütleri.	Ödev, problem çözme.
6	Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Düz anlatım, tartışma.
7	Konferans: Günümüz Yapıları. Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Ödev, problem çözme.
8	Ara Sinev (Verilen bir konu hakkında 4 saatlik stüdyo çalışması yapılması, 1:10 ölçeğinde plan, iç cepheler, iç perspektiflerle ve 1:5 ve 1:2 detaylarla tasarımın anlatımı). Rölöve restorasyon çalışmalarından örnekler, stüdyo + proje çalışmalarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Ödev, problem çözme.
9	Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Konuk konuşmacı, tartışma, problem çözme.
10	Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Ödev, problem çözme.
11	Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Seminer, tartışma.
12	Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Proje etütleri.	Ödev, problem çözme.
13	Seminer : Öğrencilerin hazırladıkları restorasyon ve restitüsyon projelerinin PowerPoint sunusu olarak takdimi. Atölye Çalışması: İç Mekân Tasarım Sorunları. Konferans: İç Mekân Tasarımı. Plan, kesit, cephe ve perspektiflerle hazırlanan iç mekân tasarımlarının değerlendirilmesi.	Projenin sunum çalışmaları.	Ödev, problem çözme.
14	Sunum önerilerinin değerlendirilmesi. Örnek sunum paftaları üzerinde görüşme.	Projenin sunum çalışmaları.	Tartışma.
15	Final Jürisi	Projenin sunum çalışmaları.	Jüri değerlendirmesi.

Şekil 5. İÇM 401 İç Mimari Proje V dersinin Ders Akış Planı (URL-3)

Bu model önerisinde öğrencilerin sınıf içerisinde tasarım ekipleri oluşturarak çalışmasına ek olarak, yapılan tasarım çalışmasında ulusal veya uluslararası katılımcıların da yer alabilmesine olanak sağlaması planlanmaktadır. Tasarım ekibine farklı uzmanlık alanlarındaki katılımcıların dahil edilmesi durumunda, öğrencilerin tasarım kararlarına alacakları geri bildirimler ile daha verimli bir stüdyo deneyimi yaşamaları sağlanabilecektir.

Teorik ve Uygulamalı Dersler İçin Mobil Öğrenme İçerikleri

Tasarım sürecinde kullanılacak uzaktan eğitim modellerine ek olarak, mobil öğrenme yönetiminin de İç Mimarlık eğitime destek olacak şekilde kullanımı mümkündür. Bunun için öncelikli olarak ders içeriklerinin kayıtlarının yapılması ve daha sonra bir internet sitesi aracılığıyla yayınlanması gerekmektedir. Yayınlanan eğitim dosyasının yer alacağı internet sitesi, kullanıcıları kısıtlanarak sadece öğrenci ve eğitimci erişimine açık olabileceği gibi internet üzerinde genel kullanıma açık olacak şekilde de yayınlanabilir.

Podcast ve videocast olmak üzere iki farklı tipte eğitim dosyası hazırlamak mümkündür.

Podcast: Teorik derslerde, ders anlatımı esnasında eğitmenin ses kaydı alınarak gereken düzenleme işlemleri yapılır. Sesin filtrelenmesi, ortam gürültüsünün minimize edilmesi gibi yayın kalitesini artırıcı işlemlerden sonra yayına sunulur.

Eğitim planına bağlı olarak, sadece internet sitesinden dinlenebilmesi veya herhangi bir mobil cihaza indirilerek kullanılabilmesi seçeneklerinden biri tercih edilebilir.

Örneğin *IMS 205 Geleneksel Mekan Kavramı* dersinde, geleneksel Türk evi tipolojisi, Türk evinde mekan ve işlevsel organizasyon prensipleri, farklı bölgelere ait konut biçimlenmeleri gibi konular işlenmektedir (URL-4). Ders anlatımı esnasında eğitmenin ses kaydı alınarak hazırlanan podcast verileri, İç Mimarlık eğitimini destekleyecek mobil öğrenme içerikleri olarak yayına sunulabilir (Şekil 6).

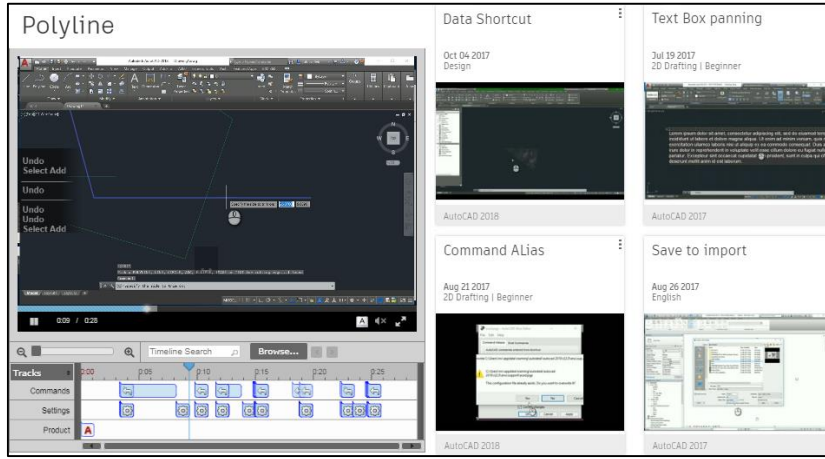


Şekil 6. Podcast temsili ekran görüntüsü (Sakarya, 2019)

Videocast: Derslerin akılda kalıcılığını ve öğrenci başarısını arttırabilmek için, eğitim dosyalarında görüntünün de yer almasının daha uygun olacağı öngörülmektedir. Bu içeriklerin oluşturulması için iki farklı yöntem mevcuttur. İlk yöntemde ders anlatım esnasında eğitimcinin görüntü ve ses kaydı alınır ve video üzerinde gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra yayına sunulur.

Diğer bir yöntem ise, hazırlanan ders sunum dosyalarının çeşitli programlar aracılığıyla videoları oluşturularak interaktif bir eğitim dosyası halinde yayına sunmaktır. Bu yöntemle teorik derslere ek olarak, uygulamalı derslerin de eğitimi mümkün hale gelebilmektedir.

Örneğin *İÇM 207 Bilgisayar Destekli Tasarım I* dersinde AutoCAD programının eğitimi verilmektedir (URL-5). Çeşitli komutlar ve uygulamalar esnasında kayıt alınarak hazırlanan videocast verileri, İç Mimarlık eğitimi destekleyecek mobil öğrenme içerikleri olarak yayına sunulabilir (Şekil 7).



Şekil 7. Videocast temsili ekran görüntüsü (Sakarya, 2019)

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada İç Mimarlık Eğitimi sürecinde iletişim teknolojileri kullanılarak tasarımcılar arası bilgi aktarımında zaman ve mekan kısıtlamalarının kaldırılması, tasarım sürecine farklı disiplinlerin de dahil edilerek işbirliği kavramının geliştirilebilmesi ve bilginin disiplinler arası tasarımcılar tarafından paylaşılarak tasarım verimliliğinin artırılması hedeflenmektedir.

Tüm sınıflarında yatay stüdyo eğitimi verilen Çukurova Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü için bireysel tasarımcı odaklı model daha uygun niteliktedir. Tasarım derslerinde dikey stüdyo eğitiminin tercih edilmesi durumunda da aynı şekilde bireysel tasarımcı odaklı model tercih edilebilir. Bununla birlikte ekip çalışması yapılacak şekilde bir stüdyo planlandığında, modelde kullanılan yazılımların olanakları sebebiyle tasarım grubu odaklı modelin tercih edilmesi paylaşım ve etkileşim ihtiyacını karşılayacaktır.

Ayrıca mobil öğrenme içerikleriyle de tasarım eğitimini desteklemek mümkündür. Geleneksel yöntemde teorik derslerde verilen bilgiler öğrenciler tarafından yazılı olarak ve anlaşıldığı haliyle not alınmakta, ders sonrasında ise ihtiyaç duyan öğrenciler kendi aralarında paylaşmaktadır. Ayrıca bu notların arşivlenmesi kısa süreli olmaktadır. Ancak dijital olanaklardan faydalanılarak hazırlanan mobil öğrenme içerikleri sınıftaki tüm öğrencilerin kullanımına açık olarak paylaşılabilen ve daha uzun süreli arşivlenerek efektif olarak kullanılabilir.

Önerilen uzaktan eğitim modellerinin kullanımının tasarım sürecini etkileyeceği olumlu yönleri aşağıdaki gibi örneklenebilir:

- Tasarım eğitiminde öğrenci ve eğitiminin ders saati kısıtlaması, bina ve atölye gereksinimleri gibi olumsuzluklar ortadan kalkmaktadır. Ayrıca ev-okul arası seyahatlerde harcanan zaman, maliyet, enerji gibi değerler, uzaktan eğitim uygulamaları ile minimuma indirilebilmektedir.
- Öğrenci ve eğitimcilerin farklı mekanda bulunmalarına rağmen uygun iletişim teknolojilerinin kullanımı ile görsel iletişim sağlanabilmektedir.
- Tasarım sürecinin önceki aşamalarında öğrenci tarafından geliştirilen tasarım alternatiflerine ihtiyaç duyulması halinde ulaşılarak yeniden revize etmeye olanak sağlamak, bu geri dönüşlerle tasarım süreci geliştirilerek beslenebilmektedir.
- Farklı disiplinlerden öğrenci ve eğitimcilerin ortak tasarım çalışmasına katıldığı uygulamalarda, tasarım verileri katılımcılar arasında paylaşılarak işlenebilmekte ve probleme dönük çok yönlü çözümler üretilebilmektedir.
- Kullanılacak olan uzaktan eğitim modeli, halen devam eden geleneksel eğitime destek olacak şekilde planlandığında da tasarım sürecine oldukça olumlu katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

Bununla birlikte İç Mimarlık Eğitimi için önerilen uzaktan eğitim modellerinin kullanımında aşağıdaki hususlara dikkat edilmesi önerilmektedir:

- Bu modelleri kullanacak eğitimci ve öğrenciler gerekli bilgisayar ve program bilgisine sahip olmalıdır. Yeterli bilgi birikimine sahip olmayan kullanıcılar, uzaktan eğitim modellerinin kullanımında sıkıntı yaşayabilecektir. Bu yeterliliğin sağlanması adına uygulamaya katılacak öğrencilere, eğitim programında yer alan *Temel Bilgi Teknolojileri*, *Bilgisayar Destekli Tasarım*, *Sunum ve Görselleştirme Teknikleri* gibi dersler ön koşul olarak sunulmalı, ayrıca bu derslerin içerikleri önerilen modellerde kullanılacak olan programların eğitimlerini de içerecek şekilde yeniden düzenlenmelidir.
- Kurulacak kapsamlı bir Sanal Tasarım Stüdyosu için öncelikle bir hedef program belirlenmelidir. Seçilecek tasarım probleminin kapsamı, katılımcı profillerinin kısıtlamaları, eğitimi verilecek derslerin süreleri ve eğitim planları detaylı bir şekilde oluşturulmalıdır.
- Teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde, kurulan sistemler ve kullanılan yazılımlardan en üst düzeyde verim alabilmek için mümkün olduğunca periyodik olarak güncellenmelidir.
- Tasarım süreci boyunca oluşturulan/elde edilen her tür veri, mutlaka harici bir kaynaktan depolanmalıdır. Veri yedeklemesi yapılmaması durumunda, oluşabilecek teknik aksaklıklarda veri kayıpları yaşanabilmektedir.

- Önerilen modeller, İnternet desteği ile çalışacağından dolayı, bağlantıda yaşanabilecek aksaklıklarda modellerin uygulanamayabileceği veya verimlilikte azalmalar yaşanabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Kaynaklar

- Blevis, E., Lim, Y. K., Stolterman, E. ve Makice, K. (2008). The Iterative Design of a Virtual Design Studio. *Techtrends: A Journal of the Association for Educational Communications and Technology*, 52(1): 74- 83.
- Broadfoot, O. ve Bennett, R. (2003). Design Studios: Online? Comparing Traditional Face-to-face Design Studio Education with Modern Internet-based Design Studios, *Apple University Consortium Academic and Developers Conference Proceedings*, Sydney, 9-21.
- Işık, A. H., Özkaraca, O. ve Güler, İ. (2011). Mobil Öğrenme ve Podcast, *XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Malatya, 861-866.
- Kolarevic, B., Schmitt, G., Hirschberg, U., Kurmann, D. ve Johnsson, B. (1998). Virtual Design Studio: Multiplying Time, *Proceedings of ECAADE'98 Conference*, Paris, 23-30.
- Kvan, T. (1997). Studio Teaching Without Meeting: Pedagogical Aspects of a Virtual Design Studio, *CAADRIA '97 Proceedings of the Second Conference on Computer Aided Architectural Design Research*, Taipei, 163-177.
- Maher, M. L., Simoff, S. J. ve Cicognani, A. (2000). *Understanding Virtual Design Studios*, London: Springer-Verlag.
- Mitchell, W. J. ve McCullough, M. (1995). *Digital Design Media*, ABD: John Wiley & Sons.
- Saghaf, M. R., Franz, J. ve Crowther, P. (2012). Perceptions of Physical Versus Virtual Design Studio Education. *International Journal of Architectural Research: ArchNet-IJAR*, 6(1): 6-22.
- Tong, H. ve Çağdaş, G. (2004). Global Bir Tasarım Stüdyosuna Doğru, *Stüdyo: Tasarım, Kuram, Eleştiri Dergisi*, (3): 1-10.
- Wojtowicz, J. (1995). *Virtual Design Studio (Vol. 1)*. Hong Kong University Press.
- Zorlu, T., Akgül, B., Erbay, M., Onur, D. ve Aras, A. (2012). İç Mimarlık Eğitiminde İlk Yıl Tasarım Stüdyolarına Farklı Bir Bakış; Resimden Mekana Kandinsky. *İÇMEK'12 - 2. Ulusal İç Mimarlık Eğitimi Kongresi Bildirileri*, İstanbul, 42-53.

İnternet Kaynakları

- URL-1: <http://americasvirtualdesignstudio.wordpress.com/about-acerca-de> Erişim tarihi: 27.04.2019, 13:40
- URL-2: http://eobs.cu.edu.tr/DersIzl_tr.aspx?DersID=23859 Erişim tarihi: 13.06.2019, 11:34
- URL-3: http://eobs.cu.edu.tr/DersIzl_tr.aspx?DersID=23863 Erişim tarihi: 13.06.2019, 11:46
- URL-4: http://eobs.cu.edu.tr/DersIzl_tr.aspx?DersID=23781 Erişim tarihi: 13.06.2019, 11:52
- URL-5: http://eobs.cu.edu.tr/DersIzl_tr.aspx?DersID=23790 Erişim tarihi: 13.06.2019, 12:14

SARIKAMIŞ KAYAK MERKEZİ'NİN DESTİNASYON MARKALAŞMASI ÜZERİNE BİR UYGULAMA*

Kübra Çelik¹
Levent GELİBOLU²

ÖZ

Markalaşma, destinasyonların kendilerini konumlandırma faaliyetlerinin tümüdür. Destinasyonların marka haline getirilmesi düşünüldüğünde, tarihi, coğrafi, kültürel ve ekonomik özellikleri kullanılmaktadır. Sayılan özelliklerin birine ya da birkaçına sahip olan destinasyonlar bu özellik yada özelliklerini ön plana çıkarmak isteyecektir. Ancak bu faaliyetlere başlamadan önce destinasyonun nasıl tanındığı veya algılandığının öğrenilmesi ve ona göre bir yol haritası çizilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada Kars'ın turistik açıdan önemli yerlerinden biri olan Sarıkamış Kayak Merkezi'ni ziyaret eden yerli turistlerin, Sarıkamış Kayak Merkezi'ni destinasyon markası olarak nasıl algıladıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Aralık 2016 - Mart 2017 tarihleri arasında, Sarıkamış Kayak Merkezi'ni ziyaret eden ve buradaki konaklama işletmelerinde en az bir gece konaklayan 400 misafire anket uygulanmıştır. Temel bulgulara göre katılımcıların yarısından fazlası Sarıkamış Kayak Merkezi'ni bir destinasyon markası olarak görmektedir. Katılımcıların çok büyük bir kısmı Sarıkamış Kayak Merkezi'ni tekrar ziyaret etmek istediğini belirtmiş ve yine katılımcıların tamamına yakını Sarıkamış Kayak Merkezi'ni çevrelerindeki insanlara tavsiye edebilecekleri yönünde görüş bildirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon Markalaşması, Kış Turizmi, Sarıkamış Kayak Merkezi.

AN APPLICATION ON DESTINATION BRANDING OF SARIKAMIS SKI CENTER

ABSTRACT

Branding is the whole of the self-positioning activities of destinations. Historical, geographical, cultural and financial qualities of destinations are considered when branding is planned. Destination possessing one or a few of the above-stated qualities would like to emphasize such quality or qualities. On the other hand, it is important to learn how the destination is known or perceived, before starting these activities and planning a route. In this research, it was aimed to find out how the local tourists visiting Sarıkamış Ski Center, which is an important tourist attraction in Kars, perceived Sarıkamış Ski Center as a destination brand. In parallel with these objectives, a questionnaire form was applied on 400 guests who visited Sarıkamış Ski Center and stayed at the accommodation facilities there for at least one day, between December 2016-March 2017. According to the basic findings, more than half of them search participants considered Sarıkamış Ski Center as a destination brand. A large portion of the participants, stated that they would like to revisit Sarıkamış Ski Center and that almost all the participants could advise Sarıkamış Ski Center to people around them.

Keywords: Destination Branding, Winter Tourism, Sarıkamış Ski Center

¹Doktora Öğrencisi, Kafkas Üniversitesi, İ.İ.B.F İşletme Bölümü, kubrapirim@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4419-8197

² Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, lgelibolu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8415-9312.

* Bu çalışma "Kış Turizminde Destinasyon Markalaşması: Sarıkamış Kayak Merkezi Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Received/Geliş: 26/04/2019 Accepted/Kabul:09/10/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Çelik, K.ve Gelibolu, L. (2019), "Sarıkamış Kayak Merkezi'nin Destinasyon Markalaşması Üzerine Bir Uygulama", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 2, s. 402-420.

Giriş

Kış turizmi, kar yağışına bağlı olarak kar alabilen yükselti kuşağında ağırlık kazanan kayak ve diğer aktivitelerin (yürüyüş, tırmanış vs.) yapılabilmesine imkân sunan bir turizm çeşididir (Doğaner, 2001, s.178). Kış turizmi, turizm piyasasında her geçen gün gelişen bir turizm çeşididir. Kış turizminin gelişmesi öncelikle oradaki potansiyelin geliştirilmesi ve tanıtım faaliyetleriyle mümkün olmaktadır. Söz konusu durumun gerçekleşmesi için ise kış turizmi destinasyonlarının etkili pazarlanması gerekmektedir. Bu doğrultuda, destinasyona yönelik pazarlama stratejilerinin doğru bir şekilde belirlenmesi ve izlenmesiyle ülke ekonomisine büyük katkı sağlayan bir kış turizm arz potansiyeli oluşturulabilir (Vanat, 2013, s.7).Marka, farklılık yaratma ve pazarlama açısından çok güçlü bir unsurdur. Marka yalnızca bir ürün değil aynı zamanda çok değerli bir yatırımdır (Doğanlı, 2006, s.7). Marka bir ürün kategorisinde firmanın tüketiciye ya da müşteriye sunduğu ve rakiplerinden farklı olduğunu yansıtan güçlü bir pazarlama aracıdır (Kavas, 2004, s.19). Turizmde ve özellikle kış turizminde markalaşmak önemlidir. Bu bağlamda turizmin en fazla ilgi gören deniz, kum, güneş üçlüsünün yanında diğer turizm türlerinin (örneğin dağ ve kış turizmi, kültür turizmi, gençlik ve üçüncü yaş turizmi vb.) farkına varılıp geliştirmesi ve turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında markalaşmaya gereken önemin verilmesi yerinde olacaktır (Koçak ve Tandoğan, 2008, s.7). Destinasyon pazarlaması kapsamında olumlu destinasyon imajı oluşturmak ve bunun yanında destinasyon markalaşması belirlenerek bu hususta pazarlama stratejileri geliştirmek sadık turist edinme konusunda önem arz etmektedir. Destinasyona yönelik sadakatten söz edilebilmesi için ön koşul olarak turistler tarafından destinasyona duyulan aidiyet hissini oluşması gerekmektedir. Bu kapsamda kış turizm destinasyonlarının sadık turistler edinebilmesi sürdürülebilirliklerinde ve rekabet üstünlüğü elde etmelerinde önemli derecede etkilidir (Türkeri, 2014, s.46). Turistlerin gittiği destinasyonların markalaşmasında destinasyon pazarlamasının önemli olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda da kış turizmi açısından önemli olduğu düşünülen Sarıkamış Kayak Merkezi incelemiştir. çalışmada bu cazip merkezin bir destinasyon markası olarak kayak turizminde markalaşma düzeyinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu araştırmadan çıkan sonuçların gerek literatüre gerekse ilgili kurum, kuruluşlara ve yöneticilere katkı sunacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sarıkamış Kayak Merkezi

Sarıkamış kayak merkezi Sarıkamış'ın güneyinde yer alan Cıbiltepe Kayak Merkezi, 20.05.1991 tarihli ve 20876 sayılı Resmi Gazete ile *Kars Sarıkamış Süphan Cıbiltepe Balıkdağ Çamurludağ Turizm Merkezi* ilan edilmiştir. Konu olan bu turizm merkezinde 1993, 2005 ve 2006 yıllarında sınır değişikliği yapılmıştır. 26.07.2010 tarihli ve 27653 sayılı Resmi Gazete 'de *Kars Sarıkamış Kış Sporları Turizm Merkezi* olarak isim değişikliği yapılmış ve günümüzdeki statü ve sınırlarına ulaşmıştır (Çalışkan, 2014, s.45). Kars Sarıkamış Kış Sporları ve Turizm Merkezi'nde çeşitli yıldız ve özelliklere sahip konaklama işletmeleri yer almaktadır. Sarıkamış genelinde "Turizm İşletme Belgeli" toplam 16 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu 16 tesisin toplam oda sayısı 549 olup, yatak kapasitesi ise 1037'dir. Ayrıca ilçede yedi adet "Belediye Belgeli" konaklama tesisi

mevcuttur. Bu yedi adet tesisin toplam oda sayısı 218 olup, yatak kapasitesi ise 583'tür. Sarıkamış'ta toplam 23 adet konaklama tesisi bulunmaktadır ve bu tesisler toplam 767 oda ve 1620 yatak kapasitesine sahiptir. Kayak merkezinde on adet aktif, bir adette inşaat durumunda olan konaklama tesisi bulunmaktadır. Aktif olan tesislerin toplam oda sayısı 726 olup, toplam yatak kapasitesi ise 1054'tür. Yapılması planlanan 52 adet turizm tesisinin tamamlanması ile yatak sayısının 7800 olması hedeflenmiştir (Demir, 2017, s.147; <http://testsite.kultur.gov.tr>, Erişim tarihi: 30.03.2018).

Destinasyon markalaşması

Turizmde destinasyon markalaşması; destinasyonu tanımlayan ve ayıran bir isim, sembol, logo, kelime markası veya farklı grafiklerle birlikte, onunla benzersiz bir şekilde ilişkilendirilmiş unutulmaz bir seyahat deneyimi vaadini taşıyan, destinasyon deneyiminin keyif verici anılarının hatırlanmasını sağlamlaştırmaya ve güçlendirmeye hizmet eden bir unsur olarak tanımlanmıştır (Ritchie & Ritchie, 1998, s.18). Öte yandan ülke içindeki veya dışındaki bir destinasyonun tercih edilebilir bir turist destinasyonu olması ve ekonomik kalkınmanın umut edildiği bir bölge olması ve benzersiz, rekabetçi bir kimlik edinme süreci olarak da tanımlanabilmektedir (Krajnovic, Bosna ve Jasic, 2013, s.5). Bir destinasyon bölgesinde etkili bir marka yaratmak için üç önemli soruya cevap verilmesi gerekmektedir. Bunlar; destinasyonun nasıl bir farklılığa sahip olduğu, rakiplerinden onları ayıran hizmet ve niteliklerin ne olduğu ve paydaşlarına önerilen öncelikli değerlerin ne olduğudur (Kaya, 2014, s.45). Bir destinasyonun marka olabilmesi için gerekli olan unsurlar destinasyon marka değeri (destinasyon marka farkındalığı, sadakati ve imajı)'ne ek olarak aşağıdaki unsurlardır:

Destinasyon Markası Oluşturmada Güvenlik: Ziyaret edilecek olan destinasyonun sosyal ve siyasi durumunun iyi olması, hırsızlık, mafya ve terör olaylarının olmaması, ziyaret edilen ülkenin komşu ülkeler ve ziyaretçinin kendi ülkesi ile pozitif ilişkilerinin olması önemlidir. Gidilecek olan yerlerde turistlerin rahatça gezebilmesi, fiziksel ya da psikolojik sorun yaşamaması olumlu bir destinasyon imajı oluşturmada gereklidir (İpar, 2011, s.183).

Destinasyon Markası Oluşturmada Alt ve Üst Yapı Çalışmaları: Belirli bir turizm potansiyeline sahip destinasyonlarda sadece özgün kaynaklara sahip olması tek başına yeterli değildir. Sahip olunan kaynakların, ziyaretçilere ulaştırılabilmesi ancak sorunsuz bir alt yapının varoluşu, fiziki olanakların varlığı ile mümkündür. Alt yapı bakımından yetersiz ve başarısız bir destinasyonun başarıya ulaşmayacağı göz ardı edilemeyecek bir gerçekliktir (Doğanlı, 2006, s.93).

Destinasyon Markası Oluşturmada Kalite: Algılanan kalite, bir ürünün diğer ürünlere olan üstünlüğü ya da müşterinin genel kaliteye yönelik algısı olarak tanımlanmaktadır (Fathabadi, Nejad, Alizadeh, 2017, s.102). Öte yandan algılanan kalitede, ürün veya hizmetin amaca hizmet etmesi de önemlidir. Dolayısıyla destinasyon marka kalitesi, tesislerin kalitesinin algılanışlarına ve destinasyonların fiziksel olmayan yönlerine vurgu yapmaktadır (Pike ve Bianchi, 2016, s.120).

Destinasyon Markası Oluşturmada İnternet: Broşür, katalog, medya ve internet bir destinasyonun markalama çalışmalarında en çok kullanılan reklam araçlarıdır. Özellikle son yıllarda çok güçlü bir araç olan internet sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla markalama çalışmalarında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Destinasyonlar internet sayesinde marka imajlarını geliştirme noktasında çok önemli bir

fırsata sahiptirler. Bir destinasyonun ayırt edici özellikleri sosyal paylaşım siteleri ve bloglar tarafından kullanılabilir. Böylece ciddi bir yatırım yapmadan binlerce kişiye ulaşıp insanların dikkatleri çekilebilmektedir (Çevik, 2017, s.37-38).

Destinasyon Markası Oluşturmada Yöre Halkının Tutum ve Davranışları: Yerli halkın misafirperverliği, cana yakınlığı ve turistlerin kendilerini bu yönde rahat hissetmeleri sağlanabiliyorsa, markalaşma çalışmaları önemli oranda yol kat etmiş demektir. Örneğin Uzak Doğu ya da Afrikalı yerlilerin hayatlarını ve yaşam tarzlarını merak eden milyonlarca kişi bu bölgelere seyahat etmektedir. Turistler gittikleri yerlerde yöre halkının kendilerine has özellikleri görmek ve farklı kültürler tanımak arzusundadırlar (Doğanlı, 2006:105-106).

Araştırmanın Amacı

Çalışmanın genel amacı, Sarıkamış Kayak Merkezi (SKM)'ni ziyaret eden turistlerin, SKM'yi bir destinasyon markası olarak nasıl algıladıklarını demografik bileşenler çerçevesinde tespit etmektir. Bu temel amaç ışığında, çalışmanın alt amaçları şunlardır: SKM'yi ziyaret eden turistlerin kayak merkezinin sahip olduğu fiziksel özelliklerine ilişkin algılarını tespit etmek, SKM'yi ziyaret eden turistlerin aldıkları hizmet konusunda kalite algılarını ölçmek ve ziyaretçilerin SKM'yi ziyaretleri sırasında kendilerini güvende hissedip hissetmediklerini tespit etmek. Araştırma hipotezi katılımcıların demografik özellikleri ile SKM'nin çeşitli özelliklerinin algılanmaları arasındaki ilişkilere bağlı olarak kurulmuştur. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Sarıkamış Kayak Merkezini (SKM) ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: SKM'yi ziyaret eden turistlerin güven algısı meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: SKM'yi ziyaret eden turistlerin kayak merkezinin sahip olduğu fiziksel özelliklere ilişkin algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4: SKM'yi ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algısı meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: SKM'yi ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: SKM'yi ziyaret eden turistlerin marka algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H7: SKM'yi ziyaret eden turistlerin kayak merkezinin sahip olduğu fiziksel özelliklere ilişkin algıları yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H8: SKM'yi ziyaret eden turistlerin marka algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H9: SKM'yi ziyaret eden turistlerin güven algısı gelir seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Araştırma Kars SKM'de ve ilçe merkezinde yer alan konaklama tesislerinde en az bir gece konaklayan ziyaretçileri kapsamaktadır. Araştırmanın evrenini, 2016 yılı itibarıyla Sarıkamış'ta konaklayan 23.718 ziyaretçi oluşturmaktadır. Bu evreni temsilen konaklama tesislerinde en az bir gece konaklayan 430kişiye anket yapılmış fakat bunlardan bir kısmının eksik doldurulması sebebiyle analizler geçerli 400 anket üzerinden yapılmıştır. $\alpha=0.05$ düzeyinde 50.000 kişilik bir evren büyüklüğü için tahmini örneklem büyüklüğünün 381 kişi olduğu (Büyüköztürk, 2012) göz önüne alındığında yapılan

anketlerin yeterli olduğu söylenebilir. Araştırmanın verileri Aralık 2016 ile Mart 2017 tarihlerinde toplanmış olup veri toplama aracı olarak da anket tekniği kullanılmıştır. İki kısımdan oluşan anket formunun ilk kısmı, İstanbul ve Antalya'ya uygulanmış İpar (2011) ve Doğanlı'nın (2006) ölçeğinin SKM'ye uyarlanmış formundan oluşmaktadır, ikinci kısmı ise katılımcıların demografik bilgilerini ortaya koyan ve SKM'ye ilişkin algılarını ölçmeye dönük sorulardan oluşmaktadır. Araştırmada toplanan veriler SPSS 16.0 paket programında Frekans (Yüzde) Analizi, Ki-kare Analizi, Faktör Analizi, Anova, T Testi gibi çeşitli analizlere tabi tutulmuştur.

Bulgular

Bu kısımda demografik verilere ilişkin frekans analizlerine yer verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özelliklerine Göre Katılımcıların Dağılımı

		n	%
Cinsiyet	Kadın	158	39,5
	Erkek	242	60,5
Yaş	16-25	54	13,5
	26-35	116	29,0
	36-45	125	31,2
	46+	105	26,2
Eğitim Seviyesi	İlköğretim	14	3,5
	Lise	65	16,2
	Ön lisans	54	13,5
	Lisans	185	46,2
	Lisansüstü	82	20,5
Meslek	Memur	50	12,5
	Öğretmen	17	4,2
	Esnaf	28	7,0
	Öğrenci	41	10,2
	Ev hanımı	14	3,5
	Emekli	18	4,5
	İşçi	7	1,8
	Özel sektör	225	56,2
Aylık gelir seviyesi	0-2000	67	16,8
	2001-4000	112	28,0
	4001 TL ve üstü	221	55,2

Araştırmaya katılan katılımcıların % 60,5'ini erkekler oluşturmaktadır (Tablo 1). Katılımcıların çoğunluğunun 36-45 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri ağırlıklı olarak lisans düzeyindedir. Meslek grupları yönünden yarısından çoğu özel sektör çalışanından oluşmaktadır. Son olarak katılımcıların gelir seviyesi ise ağırlıklı olarak (% 55) ₺4001 ve üzeri gelire sahiptir.

Frekans Analizleri

Çalışmada katılımcıların yöneltilen yargılara verdikleri cevapları, görüşleri ve bunların oranlarını ayrı ayrı görebilmek amacıyla frekans analizleri yapılmıştır. Katılımcıların % 40,2'si SKM'ye üç kez ve üzeri geldiklerini beyan etmiştir. "Sarıkamış'a tekrar gelmek

ister misiniz?” sorusuna % 98,5’i evet cevabını vermiştir. SKM hakkında bilgiye büyük çoğunluk arkadaş tavsiyesiyle ulaştığını belirtmiştir. Sarıkamış denilince akıllarına gelen ilk kavram olarak % 60,8’i kayak turizmi cevabını vermiştir. Katılımcılar “Kayak turizmi denilince aklınıza gelen ilk kayak merkezi hangisidir?” sorusuna ikinci sırada SKM’yi koymuştur. Sarıkamış’ı tercih sebebi olarak % 44’ü kar kalitesi demiştir. Öte yandan “Sarıkamış’ı nasıl tarif edersiniz?” sorusuna katılımcıların % 43’ü bir doğa harikası, % 41,6’sı kayak cenneti cevabını vermiştir. Diğer bir soru olan “Sarıkamış size hangi iki rengi çağrıştırmaktadır?” sorusuna katılımcıların % 55’i beyaz, % 33,6’sı yeşil renk demiştir.

Araştırmanın ölçek kısmında yer alan Sarıkamış’a ve SKM’ye ilişkin soruların cevapları doğrultusunda şu sonuçlar elde edilmiştir. “*Sarıkamış’taki konaklama tesisleri profesyonel ve kaliteli hizmet vermektedir*” ifadesine % 63’lük kısım katılarak verilen hizmetin profesyonel ve kaliteli olduğunu düşünmektedir. “*Sarıkamış güvenli bir kayak tatili beldesidir*” ifadesine katılımcıların % 85’i olumlu yönde görüş belirtmiştir. “*Sarıkamış’a gelen turistler kendilerini güvende ve rahat hissetmektedir*” ifadesine konukların % 84’ü olumlu yönde fikir belirtmiştir. “*Sarıkamış makul fiyatlı bir kış turizmi beldesidir*” ifadesine, katılımcıların % 75’inde fazlası olumlu yönde fikir belirtmiştir. “*Sarıkamış’ta alınan güvenlik önlemleri yeterli ve güven verici düzeydedir*” ifadesine katılımcıların % 73’lük kısmı olumlu yönde görüş belirtirken, % 20’si kararsız kalmıştır. “*Sarıkamış’ta yeterli düzeyde alış-veriş yapma imkânı vardır*” ifadesine katılımcıların % 42’den fazlası olumsuz yönde fikir beyan ederken, % 27’den fazlası kararsız olduklarını belirtmiştir. Bu sonuç bir üst yapı sorunu olduğunu göstermektedir ve bu yönde çalışmalar yapılmalıdır.

“*SKM benim gözümde bir markadır*” ifadesine konukların yaklaşık % 70’i olumlu yönde cevap verirken “*SKM’nin alt yapı problemi yoktur*” ifadesine katılımcıların yaklaşık % 49’u sorun olmadığı yönünde fikir belirtirken, % 29’u sorun olduğunu düşünmektedir. “*Sarıkamış kayak merkezinin üst yapı problemi yoktur*” ifadesine konukların % 44’ü olumsuz yönde fikir belirtmiştir ve sorun olduğunu düşünmektedir. “*SKM bir kayak tatilinden beklenen tüm ihtiyaçları karşılar*” ifadesine, katılımcıların % 49’u olumlu yönde yani SKM’nin ihtiyaçları karşılayabildiği yönünde görüş belirtmiştir. Ancak katılımcıların % 28’i kararsız kalmıştır. Bu noktada eksikliklerin olduğu söylenilebilir ve bunun için hem yerel yönetimlerin hem de özel sektör paydaşlarının çeşitli araştırmalar yapması gerekmektedir. “*SKM bir kayak merkezi olarak hak ettiği yerdedir*” ifadesine katılımcıların % 68’inden fazlası olumsuz yönde fikir belirtmiştir ve SKM’nin hak ettiği yerde olmadığını ifade etmiştir.

“*Sarıkamış kayak merkezi için yapılan tanıtım faaliyetleri yeterlidir*” ifadesine katılımcıların % 77’sinden fazlası olumsuz yönde cevap vermiştir. Yapılan tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. “*Eşit koşullar olması durumunda SKM’yi Uludağ, Kartalkaya, Erciyes gibi kayak merkezlerine tercih ederim*” ifadesine % 83’ten fazlası olumlu yönde fikir belirtmiştir. Tercih edilebilirliği yüksek olan bir marka hem rekabet gücünü elinde bulundurur hem de olumlu bir marka imajı oluşur. “*Sarıkamış kayak merkezi genel olarak temizdir*” yargısı için katılımcıların % 73’ünden fazlası olumlu yönde fikir belirtirken, % 13’ü kararsız kalmıştır. “*Sarıkamış kayak merkezindeki tesislerin fiziki imkânları yeterlidir*” ifadesine katılımcıların % 52’si olumlu yönde fikir belirtmiştir. Ancak katılımcıların ¼’ü kararsız kalmışlardır bu nedenle gerek konaklama tesislerinde gerekse kayak tesisinde bir dizi çalışma yapılmalıdır. “*Sarıkamış kayak*

merkezindeki tesislerde verilen hizmetler yeterlidir” ifadesine katılımcıların % 52,7’si olumlu yönde görüş belirtmiştir. Ancak tıpkı tesislerin fiziki imkânı sorusunda da olduğu gibi katılımcıların ¼’ü çekimsiz kalmıştır. *“Sarıkamış Kayak Merkezi kar kalitesi olarak Türkiye’de bir numaradır”* ifadesine çok yüksek bir oranda, % 87’den fazlası olumlu fikir belirtmiştir. Bu sonuç SKM’yi ziyaret eden misafirlerin aslında bilinçli tüketiciler olduğunun ve Sarıkamış’ın kar kalitesini bilerek geldiklerinin bir göstergesi sayılabilir. *“Sarıkamış kayak merkezinde diğer kayak merkezlerinde bulamadığımız doğal ortamı bulabilmekteyiz”* ifadesine, % 88’den fazla katılımcı olumlu yönde görüş bildirmiştir. Bu da destinasyonun sahip olduğu doğal varlıkların misafirler üzerindeki olumlu etkisini ortaya koymaktadır.

Faktör Analizi

Gerçekleştirilen faktör analizinde anketin bir bütün olarak güvenilirlik katsayısı Alfa 0,810’dur. İkiye bölerek yapılan analizde ilk yarının değeri 0,702 ve ikinci yarının değeri 0,752’dir. Bu değerler ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2006, s. 405). Faktör analizi uygulanırken ön kabullerimiz şunlardır; faktör sayısının tespitinde öz değeri 1’den büyük olan değerler alınmıştır. Ayrıca herhangi bir maddenin bir faktöre boyutlanabilmesi için ilgili faktör ile en az 0,320 düzeyinde korelasyona sahip olması (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010, s. 117), bir faktörün en az 3 madde bir araya gelerek oluşturması gerekmektedir (Şencan, 2005, s. 362). Binişik madde durumunda yani her hangi bir soru herhangi iki faktörle ilişkilendirildiğinde iki faktör arasındaki korelasyon farkının en az 0,100 düzeyinde olmasına (Tavşancıl, 2002, s.50; Çokluk, Şekercioğlu, Büyüköztürk, 2010, s.233) ve Varimax dönüşümü uygulanmasına karar verilmiştir.

Analizde KMO örneklem yeterliliği ölçüsü % 83,6 olarak hesaplanmış olup; Bartlett Küresellik Testi 0,000 düzeyinde (X^2 : 1,991113, sd: 120, $p < ,0001$) olduğundan anlamlıdır. Bu iki ölçüt, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu ve maddeler arasında anlamlı korelasyonlar olduğunu göstermekte, dolayısıyla veri setinin faktör analizine uygunluğu olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2006, s. 327; Çokluk vd., 2010, s. 208). Ankette yer alan 19 maddeye faktör analizi uygulanmış ve bu analiz sonucunda 5 alt boyut bulunmuştur. Ancak A19 ifadesinde (Sarıkamış’ta yeterli derecede alış-veriş (hediyelik eşya, kaşar, bal vb.) bulma imkanı vardır) binişiklik sorunu olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra A19 nolu soru anketten çıkarılmıştır. Kalan 18 maddeye tekrar faktör analizi uygulanmış ve analiz sonucunda 5 alt boyut tespit edilmiştir. Analizi incelendiğinde “A5 Sarıkamış kayak merkezi bir kayak merkezi olarak hak ettiği yerededir” ifadesi ile “A7 Sarıkamış kayak merkezi için yapılan tanıtım faaliyetleri yeterlidir” ifadesinin bir boyut oluşturdukları görülmüştür. Bir boyutu en az 3 madde bir araya gelerek oluşturması gerekmektedir ön koşulunu bozduğundan A5 ve A7 soruları da anketten çıkarılmıştır. Tekrardan 16 maddeye faktör analizi uygulanmış ve analiz sonucunda 4 alt boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlara ilişkin faktör analizi aşağıdaki şekilde verilmiştir.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

Sorular	Güven Boyutu	Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	Marka Boyutu	Varyans	Alpha
Faktör Yükleri						
A14. Sarıkamış güvenli bir kayak tatili beldesidir	.859				15,411	.835
A15. Sarıkamış'a gelen turistler kendilerini güvende ve rahat hissetmektedirler.	.854					
A18. Sarıkamış'ta alınan güvenlik önlemleri yeterli ve güven verici düzeydedir.	.777					
A13. Sarıkamış Kayak Merkezindeki tesislerde verilen hizmetler yeterlidir.		.695			14,505	.677
A8. Sarıkamış'taki konaklama tesisleri profesyonel ve kaliteli hizmet vermektedir.		.684				
A12. Sarıkamış Kayak Merkezindeki tesislerin fiziki imkânı yeterlidir.		.632				
A11. Sarıkamış makul fiyatlı bir kış turizmi beldesidir.		.491				
A6. Sarıkamış yerel halkı kibar ve misafirperverdir.		.486				
A17. Sarıkamış Kayak Merkezinde diğer kayak merkezlerinde bulamadığımız doğal ortamı bulabilmekteyiz			.835			

A16. Sarıkamış Kayak Merkezi kar kalitesi olarak Türkiye’de bir numaradır	.793			14,242	.721
A9. Eşit koşullar olması durumunda Sarıkamış Kayak Merkezini Uludağ, Kartalkaya, Erciyes gibi kayak merkezlerine tercih ederim.	.668				
A3. Sarıkamış Kayak Merkezinin üst yapı problemi yoktur (kafe restoran, WC. vb.).			.745		
A2. Sarıkamış Kayak Merkezinin alt yapı problemi yoktur (su, elektrik, yol vb.).			.718		
A1. Sarıkamış Kayak Merkezi benim gözümde bir markadır.			.605		
A4. Sarıkamış Kayak Merkezi bir kayak tatilinden beklenen tüm ihtiyaçları karşılar.			.587	13,998	.700
A10. Sarıkamış Kayak Merkezi genel olarak temizdir.			.475		
Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: % 83,6; Genel ortalama: 3,6217; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 1,99113; sd: 120; p < 0,001; Açıklanan toplam varyans: % 58,156; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: .81,0					

Ölçeğe ait dört faktörün açıkladığı toplam varyans değeri % 58,156’dır. Sosyal bilimlerde % 40 ile % 60 arasında değişen varyans yükleri, ölçeğin yeterince açıklayıcı olduğunu göstermektedir (Pallant, 2017, s. 222; Tavşancıl, 2014; Thurstone, 1947). Faktör analizi sonucunda anketin genel ortalaması 3,6217’dir. Bu da katılımcıların cevap vermede olumlu tavır sergilediklerini göstermektedir. Faktör analizi sonucunda ortaya dört alt boyut çıkmıştır. Birinci faktör boyutu 3 sorudan meydana gelmiştir. Bu faktöre

“Güven Boyutu” adı verilmiştir. “Güven Boyutu”nun açıklanan varyansın % 15,411’ini açıklamakta, ortalaması 4,116 olup cevap verenlerin bu boyuta olumlu bir tavır sergiledikleri görülmektedir. Güven isimli boyutun % 83,5 güvenilir olduğu görülmektedir. İkinci boyutu 5 madde bir araya gelerek “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” oluşmuştur. Bu boyut açıklanan varyansın % 14,505’ni açıklamakta, ortalaması 3,749 olup cevap verenlerin bu boyuta olumlu bir tavır sergiledikleri görülmektedir. Bu boyutun güvenilirliği % 67,7 olduğu tespit edilmiştir. Üçüncü boyutu 3 madde bir araya gelerek “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” oluşmuştur. Bu boyut açıklanan varyansın % 14,242’sini açıklamakta ortalaması 4,455 olup cevap verenlerin bu boyuta olumlu bir tavır sergiledikleri görülmektedir. Bu boyutun güvenilirliğinin % 72,1 olduğu tespit edilmiştir. Dördüncü boyutu 5 madde bir araya gelerek “Marka Boyutunu” oluşturmaktadır. Bu boyutun açıklanan varyansı % 13,998’ni açıklamakta, anketin ortalaması 3,355’tir. SKM marka olarak görülüyor ancak yükselen trendli bir destinasyon markası olduğu için temel problemlerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Eğilim olumludur ancak markalaşma süreci açısından sorun teşkil eden durumların giderilmesi gerekmektedir. Örneğin alt ve üst yapı sorunlarının giderilmesi, verilen hizmetlerin profesyonel ve kaliteli olması yönündeki iyileştirmeleri bu boyutun ortalamasının yükselmesine yardımcı olabilecektir. Bu boyutun güvenilirliğinin % 70,0 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.Faktör Boyutları ile Cinsiyet Arasındaki Farklılık Testleri

	Cinsiyet	n	Ortalama	t değeri	p değeri
Güven Boyutu	Kadın	158	4,0717	-,930	.353
	Erkek	242	4,1460		
Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	Kadın	158	4,3544	1,954	.004
	Erkek	242	4,2264		
Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	Kadın	1,9842	4,5232	1,483	.048
	Erkek	2,1322	4,4105		
Marka Boyutu	Kadın	3,4329	3,4329	,473	.139
	Erkek	3,3116	3,3116		

Analiz sonuçlarına göre “Güven Boyutu” ve “Marka Boyutu” ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir ($p > .050$). Ancak “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” ile cinsiyet arasında anlamlı farklılığın olduğu ortaya çıkmıştır ($p < .050$). Yapılan bağımsız çift örneklem T-testi analizi sonucunda cinsiyetin “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutları”nı algılamada farklılık yaratan bir değişken olduğunu ortaya koymuştur ($p < .050$). Bu boyutları, kadınların erkeklere oranla daha anlamlı bir şekilde algıladıklarını söyleyebiliriz. Böylelikle H5 ve H3 hipotezleri doğrulanmıştır.

Tablo 4. Faktör Boyutları ile Yaş Arasındaki Farklılık Testleri

	Yaş	n	F Değeri	p değeri	Homojenlik testi
Güven Boyutu	16-25	54	,372	.773	.831
	26-35	116			
	36-45	125			
	46+	105			
Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	16-25	54	1,227	.300	.448
	26-35	116			
	36-45	125			
	46+	105			
Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	16-25	54	2,023	.110	.327
	26-35	116			
	36-45	125			
	46+	105			
Marka Boyutu	16-25	54	.159	.924	.169
	26-35	116			
	36-45	125			
	46+	105			

Tek yönlü Anova analizi sonucunda katılımcıların “Güven Boyutu”, “Marka Boyutu”, “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” faktörlerini algılamalarının yaş değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir ($p > .050$).

Tablo 5. Faktör Boyutları ile Eğitim Durumu Arasındaki Farklılık Testleri

	Eğitim Durumu	n	F değeri	p değeri	Homojenlik testi
Güven Boyutu	İlköğretim	14	1,555	.186	.417
	Lise	65			
	Ön Lisans	54			
	Lisans	185			
	Lisansüstü	82			
Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	İlköğretim	14	2,493	.043	055
	Lise	65			
	Ön Lisans	54			
	Lisans	185			
	Lisansüstü	82			
Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	İlköğretim	14	1,673	.155	007
	Lise	65			
	Ön Lisans	54			
	Lisans	185			
	Lisansüstü	82			
Marka Boyutu	İlköğretim	14	2,416	.048	.546
	Lise	65			
	Ön Lisans	54			
	Lisans	185			
	Lisansüstü	82			

Tek yönlü Anova analizi sonucunda katılımcıların “Güven Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” faktörlerini algılamalarının eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir ($p > .050$). Ancak katılımcıların “Marka Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” algılamalarının eğitim değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir ($p < .050$). Bunun üzerine “Marka Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” farklılıklarının hangi eğitim kategorilerinde olduğunun anlaşılması için PostHoc testleri yapılmıştır. Levene test istatistiği göz önünde bulundurularak, varyansların homojen olduğundan ($p > .050$) dolayı, farklılıkların kaynağı Scheffe analizi sonucuna göre yorumlanmıştır. Bunun üzerine, ilköğretim eğitim durumundaki katılımcıları ile önlisans eğitim durumu grubundaki katılımcılar arasında, “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” faktörünün algılanması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .050$). “Marka Boyutu” algılanmasında tüm eğitim kategorileri arasında anlamlı fark bulunmamıştır ($p > .050$). Böylelikle H6 ve H1 hipotezleri doğrulanmıştır.

Tablo 6. Faktör Boyutları ile Meslek Grupları Arasındaki Farklılık Testleri

	Meslek	n	Meslek	n	F Değ.	p Değ.	Homojenlik testi
Güven Boyutu	Memur	50	Ev Hanımı	14	2,817	.007	.852
	Öğretmen	17	Emekli	18			
	Esnaf	28	Diğer	232			
	Öğrenci	41					
Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	Memur	50	Ev Hanımı	14	2,190	.034	.987
	Öğretmen	17	Emekli	18			
	Esnaf	28	Diğer	232			
	Öğrenci	41					
Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	Memur	50	Ev Hanımı	14	1,859	.075	.703
	Öğretmen	17	Emekli	18			
	Esnaf	28	Diğer	232			
	Öğrenci	41					
Marka Boyutu	Memur	50	Ev Hanımı	14	,513	.825	.328
	Öğretmen	17	Emekli	18			
	Esnaf	28	Diğer	232			
	Öğrenci	41					

Tek yönlü Anova analizi sonucunda katılımcıların “Marka Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” faktörlerini algılamalarının meslek durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir ($p > .050$). Ancak katılımcıların “Güven Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” algılamalarının eğitim değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir ($p < .050$). Bunun üzerine “Güven Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” farklılıklarının hangi meslek kategorilerinde olduğunun anlaşılması için PostHoc testleri yapılmıştır. Levene test istatistiği göz önünde bulundurularak, varyansların homojen olduğundan ($p > .050$) dolayı, farklılıklar Scheffe analizi sonucuna göre yorumlanmıştır. Bunun üzerine, *Öğretmenler* ile *Öğrenci* grubundaki katılımcılar arasında “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi” faktörünün

algılanması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .,050$). *Öğretmenler* ile *Ev hanımı* grubundaki katılımcılar arasında “Güven Boyutu” faktörünün algılanması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .,050$). Böylelikle H2 ve H4 hipotezleri doğrulanmıştır.

Tablo 7. Faktör Boyutları ile Aylık Gelir Arasındaki Farklılık Testleri

	Aylık Gelir	n	F değeri	p değeri	Homojenlik testi
Güven Boyutu	₺0-2000	67	4,984	.007	.142
	₺2001-4000	112			
	₺4001+	221			
Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	₺0-2000	67	,413	.662	.459
	₺2001-4000	112			
	₺4001+	221			
Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	₺0-2000	67	1,639	.195	.371
	₺2001-4000	112			
	₺4001+	221			
Marka Boyutu	₺0-2000	67	.725	.485	.449
	₺2001-4000	112			
	₺4001+	221			

Tek yönlü Anova analizi sonucunda katılımcıların “Marka Boyutu”, “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” faktörlerini algılamalarının aylık gelir değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir ($p > .,050$). Ancak katılımcıların “Güven Boyutu” algılamalarının aylık gelir değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir ($p < .,050$). Bunun üzerine güven boyutu farklılıklarının hangi aylık gelir kategorilerinde olduğunun anlaşılması için PostHoc testleri yapılmıştır. Levene test istatistiği göz önünde bulundurularak, varyansların homojen olduğundan ($p > .,050$) dolayı, farklılıklar Scheffe analizi sonucuna göre yorumlanmıştır. 2001-4000tl ile ₺4000+ gelir grubundaki katılımcılar arasında “Güven Boyutu” faktörünün algılanması arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .,050$). Böylelikle H9 hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 8’e göre % 5 önem seviyesine göre, 0,05’ten küçük olan değerler ilişkinin olduğunu gösterir. Buna göre “Güven Boyutu” ile “Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu” arasında bir ilişkinin olduğu, yönü ve ilişkinin derecesine göre; 0,420 ile orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. “Kayak Merkezlerin Fiziksel Boyutu” ile “Güven Boyutu” arasında bir ilişkinin olduğu, yönü ve ilişkinin derecesine göre; 0,334 ile orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde “Kayak Merkezlerin Fiziksel Boyutu” ile “Kayak Merkezlerinin Hizmet Kalitesi Boyutu” arasında bir ilişkinin olduğu, yönü ve ilişkinin derecesine göre; 0,900 ile yüksek düzeyde ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca “Marka Boyutu” ile “Güven Boyutu”, “Kayak Merkezlerin Hizmet Kalitesi Boyutu” ve “Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu” arasında bir ilişkinin olduğu, yönü ve ilişkinin derecesine göre sırasıyla; 0,281, 0,278, 0,173 ile düşük düzeyde ve pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8. Korelasyon Analizi

		Güven Boyutu	Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	Marka Boyutu
Güven Boyutu	Pearson Kolerasyonu	1			
	Anlamlılık				
	N	400			
Kayak Merkezinin Hizmet Kalitesi Boyutu	Pearson Kolerasyonu	,420**	1		
	Anlamlılık	,000			
	N	400	400		
Kayak Merkezinin Fiziksel Boyutu	Pearson Kolerasyonu	,334**	,900**	1	
	Anlamlılık	,000	,000		
	N	400	400	400	
Marka Boyutu	Pearson Kolerasyonu	,281**	,278**	,173**	1
	Anlamlılık	,000	,000	,001	
	N	400	400	400	400

Yapılan analizler sonucunda çalışmanın H1: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algısı eğitim seviyelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmiştir. H2: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin güven algısı meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmiştir. H3: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin kayak merkezinin sahip olduğu fiziksel özelliklere ilişkin algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmiştir. H4: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algısı meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmiştir. H5: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmiştir. H6: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin marka algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmiştir. H7: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin kayak merkezinin sahip olduğu fiziksel özelliklere ilişkin algıları yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmemiştir. H8: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin marka algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi desteklenmemiştir. H9: *SKM'yi ziyaret eden turistlerin güven algısı gelir seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.* hipotezi de desteklenmiştir.

Sonuç

Sarıkamış Kayak Merkezi'ni ziyaret eden ve buradaki konaklama işletmelerinde en az bir gece konaklayan misafirlere yönelik olarak yapılan bu çalışmada, kayak merkezinin ziyaretçiler tarafından olumlu veya olumsuz algılanan yönlerini, buraya ait düşüncelerini ve SKM'yi bir destinasyon markası olarak kabul edip etmediklerini açıklayabilmek için ziyaretçilere çeşitli sorular ve önermeler yöneltilmiştir. Bu çalışma sonucunda elde edilen

bilgiler ve geliştirilen öneriler aşağıda sunulmaktadır. Çalışma kapsamında ankete katılan ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, erkeklerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarıdan fazlası 36 yaş ve önemli kısmı lisans veya lisansüstü eğitilmiş kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların yarıdan fazlası özel sektörde çalışmaktadır ve gelir düzeyi açısından ise 4000 ve üzeri gelire sahiptir. Özetle katılımcıların yüksek eğitilmiş, yüksek gelirli ve itibarlı meslek gruplarından oluşması Sarıkamış Kayak Merkezi'nin marka değerini de yükseltmektedir.

Bir destinasyonun var olabilmesi açısından en önemli unsurlardan biri de sürdürülebilir olmasıdır. Bu bakımdan katılımcıların ziyaret sıklıkları ve devamlılığı konusunda yöneltilen sorulardan elde edilen verilere göre; katılımcıların çoğunun Sarıkamış'ı üç ve üzeri ziyareti olması, tekrar gelmek istedikleri ve çevrelerindeki insanlara tavsiye etme oranının % 99,5 olması çok önemlidir. Hem misafirlerin ziyaret sıklığı hem tekrar gelmek istemeleri hem de insanlara tavsiye etmeleri sadık müşteri grubu oluşturmada çok önemlidir. Sadık bir müşteri grubunun oluşması marka sadakatinin sağlanmış olması açısından önemlidir. Sarıkamış'ı ziyaret eden katılımcıların çoğunluğu Sarıkamış hakkındaki bilgiye arkadaşları vasıtasıyla ulaştıklarını belirtmiştir. Bu sonuç aynı zamanda Sarıkamış Kayak Merkezi için tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğini ortaya koymaktadır. Zaten katılımcıların önemli bir çoğunluğu tanıtım faaliyetlerini yeterli bulmamaktadır. Sarıkamış Kayak Merkezi'nin destinasyon markası olarak algılanma noktasında katılımcıların yarısından fazlası olumlu yönde görüş belirtmiştir. Ancak bir destinasyonun marka olması konusundaki en önemli belirleyicilerinden biri olan alt ve üst yapı sorunlarının olup olmadığı hakkında, kararsız ve olumsuz düşünenlerin toplamı olumlu düşünenlerden fazladır. Yani katılımcılar bu konuda eksikliklerin olduğu yönünde görüş belirtmiştir. Eğer bir destinasyon marka olmak istiyorsa bu temel sorunları çözmüş olması gerekmektedir. Bu noktada katılımcıların yarısından fazlası gerek tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğinden gerekse bu sorunlardan hareketle SKM'nin hak ettiği yerde olmadığını düşünmektedir. Bu olumsuzluklara rağmen katılımcıların tamamına yakını Sarıkamış yerel halkını kibar ve misafirperver bulmaktadır. Ayrıca katılımcıların yarısına yakını SKM'nin bir kış tatilinden beklenen tüm beklentileri karşıladığını düşünmektedirler. Katılımcıların büyük kısmı Sarıkamış'ı makul fiyatlı bir kış turizm destinasyonu olarak görmektedir. Ayrıca buradaki konaklama tesislerinde aldıkları hizmeti hem profesyonel hem de kaliteli bulmaktadır. Ayrıca destinasyonların marka olmalarının temel koşullarından biri olan temizlik konusunda katılımcılar SKM'yi genel olarak temiz buldukları yönünde görüş belirtmiştir.

Destinasyon markası oluşturma sürecinde önemli olan bir diğer unsur ise güvenlidir. Turistler tatil için gittikleri yerlerde kendilerini güvende hissetmek isterler. Bu açıdan SKM'yi incelediğimizde, katılımcıların çoğu Sarıkamış'ın güvenli bir tatil beldesi olduğu, Sarıkamış'ta kendilerini güvende hissettikleri ve burada alınan güvenlik önemlerinin yeterli düzeyde olduğu yönünde fikir beyan etmiştir. SKM'de bulunan tesislerin fiziki imkanları ve bu tesislerde verilen hizmetin yeterliliği noktasında katılımcıların yarısı olumlu görüş belirtmekle birlikte, her iki konuda da katılımcıların 1/4'ü kararsızlık yönünde bir tavır sergilemişlerdir. Konaklama tesislerinde memnuniyet oranı daha yüksek iken, kayak merkezindeki lift tesislerindeki memnuniyet oranı daha düşüktür. Bu farklılığın nedenleri tespit edilip iyileştirme için çalışmalar yapılmalıdır. Sarıkamış'ı diğer kayak merkezlerinden ayıran belki de en önemli özelliği olan sahip

olduğu kar kalitesidir. Bu noktadan hareketle katılımcılara yöneltilen kar kalitesi bakımından Sarıkamış'ın bir numara olduğuna dair yargıya katılımcıların büyük kısmı olumlu yönde görüş belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük bir kısmı Sarıkamış'ı tercih etmelerindeki en önemli gerekçe olarak Sarıkamış'ın sahip olduğu kar kalitesi olduğunu söylemiştir. Yine birbirine bağlantılı olarak katılımcıların tamamına yakını Sarıkamış'ta bulunan doğal ortamı diğer kayak merkezlerinde bulamadıkları yönünde görüş belirtirken aynı zamanda Sarıkamış'ı bir doğa harikası olarak tarif etmektedir. Sarıkamış denilince katılımcıların çok büyük bir oranı akıllarına ilk olarak gelen kavramın kayak turizmi olduğunu söylemiştir. Bu veriler ışığında Sarıkamış'a gelen insanlar Sarıkamış'ın sahip olduğu özellikleri bilerek ve diğer kayak merkezlerine tercih ederek gelmektedir. Ayrıca katılımcıların büyük kısmı Sarıkamış'a beyaz ve yeşil rengini yakıştırmaktadır. Bu, Sarıkamış için yapılacak bir logo faaliyetinde değerlendirilebilir.

Türkiye'de kayak turizmi açısından bir destinasyon markası olan Uludağ, katılımcıların büyük bir kısmında akıllarına gelen ilk kayak merkezidir. Sarıkamış ise ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'deki kayak merkezlerinde kayak sporunun birçok farklı faaliyeti yapılabilmektedir. Kayak sporu için Sarıkamış'ta bulunan katılımcıların % 67'den fazlası "Slalom" da denilen "Alp Disiplini" kayak türüyle ilgilenmektedir. Tüm bu koşullar dâhilinde katılımcıların yarısına yakın bir kısmı Sarıkamış Kayak Merkezi'ne sahip olduğu genel özellikleri bakımından 4 puan vermiştir (en düşük 1, en yüksek 5 olmak kaydıyla). Bu da aslında Sarıkamış'ı tercih eden katılımcıların, Sarıkamış'a yönelik olumlu bir tutum içerisinde olduklarını, tercih edilebilirliğinin yüksek olduğunu, eksikliklerine rağmen sahip olduğu doğal güzelliklerinin ve başka hiçbir yerde olmayan bu özelliklerinin önemini göstermektedir.

Öneriler

Çalışma sonuçlarından ve birebir misafirlerle temaslardan yola çıkılarak geliştirilebilecek öneriler şöyledir. Sonuçlardan da elde edildiği üzere ziyaretçilerin SKM'yi yeniden ziyaret etme sıklığı yüksektir. Ancak Sarıkamış'a şehir dışından özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir gibi metropollerden gelen misafirler için uçak saatleri ve uçak bilet fiyatlarının yüksek olması sorun teşkil etmektedir. Hatta bu durumun SKM'nin tercih edilebilirliği üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu nedenle özellikle Aralık ve Mart ayları arasında havayolu şirketlerinin sefer sayılarını yükseltmeleri ve fiyatlandırma politikalarını gözden geçirmeleri önerilmektedir. Bununla birlikte üst yapı sorunlarının varlığı hakkında kararsız ve olumsuz düşünenlerin fazlalığı göz önüne alındığında, kapalı (kabin) lift sisteminin yapılması tercih edilebilirlik açısından önemli olabilir. Sarıkamış Kayak Merkezi rakım olarak oldukça yüksek bir alanda yer almaktadır. Dolayısıyla hava sıcaklığı -25 dereceye kadar düşmektedir. Bu konuda ilgili birimlerin ivedi bir şekilde çalışma yapması gerekmektedir. Tesislerin fiziki olanakları ve verilen hizmetler açısından bakıldığında özellikle lift sisteminin çalışmasından memnuniyetsizlikler ifade edilmiştir. Bu dezavantajın ortadan kaldırılması ve bu konulara ilişkin $\frac{1}{4}$ azınlığın da memnun edilebilmesi için tesisin taşıma kapasitesi açısından iyileştirilmesi gerekmektedir. Çünkü kış tatili için önemli bir zaman dilimi olan sömestrde ciddi bir yoğunluk yaşanmaktadır. Bu yoğunluktan dolayı telesiyej sırası uzun ve sıkıcı kuyruklara dönüşebilmektedir. Yüksek sezon başlamadan önce sorun çıkarmaması adına tesisin tüm bakım ve onarımları detaylı bir şekilde yapılmalıdır. Kayak merkezindeki tesislerde verilen hizmetlerin yeterliliğine ilişkin çekimser kalan katılımcıların, özellikle

bu çekimserliğinin personelden kaynaklı olduğu sözlü olarak ifade edilmiştir. Bu doğrultuda tesislerde çalışan personelin profesyonel olması ve çeşitli eğitimlere tabi tutulması önerilmektedir. Profesyonel kadın çalışan eksiliği ise dikkat çekmektedir.

Anket sonuçlarına göre her ne kadar katılımcıların büyük çoğunluğu Sarıkamış'ı güvenli bir tatil beldesi olarak değerlendirse de, sözlü ifadeler sonucunda pist güvenliği açısından bir takım sorunların olduğu saptanmıştır. Buradan hareketle kayak merkezinde pist ayırımının çok net bir şekilde yapılması ve bunun ciddi bir denetime tabi tutulması yaşanabilecek kazaları önlemek için çok önemli bir noktadır. Profesyonel kayakçılar için ayrılmış pistleri acemilerin kullanması önlenmelidir. Ayrıca pistlerin her iki tarafına sınırı belirleyen renkli güvenlik şeritleri, uyarı levhaları ya da yumuşak malzemeden üretilmiş bariyer gibi çeşitli önlemler alınmalıdır. Snowboard yapan kayakçılar için aktif board pistleri açılması önerilmektedir. Çünkü board kullanan sporcular ile slalom yapan sporcuların aynı pistte yer alması hem yaşanabilecek kazaların önlenmesi açısından hem de pistlerin fiziksel özelliğini koruyabilmesi için önemlidir. Yine kayak eğitiminin güvenli bir şekilde yapılabilmesi adına, kayak eğitmenlerinin eğitim belgeleri tescillenip gerekli merciler tarafından denetime tabi tutulmalıdır. Kaymayı bilen her bir bireyin kayak eğitimi vermeye çalışması engellenmelidir. Kayak sporu zevkli, eğlenceli ve bol adrenalinli bir spor dalı olmasının yanında bazı tehlikelere de açık bir spordur. Yaşanabilecek kazalara karşın hızlı müdahale edilebilmesi için kayak merkezinde sürekli bulunması için görevlendirilmiş bir ambulansın ve doktorun olması ziyaretçilerdeki güven duygusunu daha da arttırabilir.

Anket sonuçlarından yola çıkılarak "Sarıkamış denilince aklımıza gelen ilk kavram nedir?" sorusuna katılımcıların % 60.8'i kayak turizmi, % 33'ü ise Sarıkamış şehitleri cevabını vermiştir. Buradan hareketle önemli bir alternatif turizm faaliyeti olan dark (hüzün) turizmi kapsamında çalışmalar yapılarak Sarıkamış'taki turizm faaliyetleri çeşitlendirilerek turizmin devamlılığı sağlanabilir. Anket sonuçlarından ve önerilerden yola çıkılarak yapılacak her bir iyileştirme Sarıkamış Kayak Merkezi'nin bir destinasyon markası olabilmesi için büyük önem taşımaktadır. Kayak merkezinin markalaşması demek buranın devamlılığı demektir. Yöre halkı için önemli bir istihdam kapısı demektir. Hem ziyaretçilere farklı bir tatil deneyimi yaşatması hem de ekonomiye katkı demektir. Sonraki çalışmalara yönelik öneriler açısından da her yıl düzenli olarak Aralık ayında yapılan Sarıkamış Şehitleri'ni Anma Törenleri bağlamında hüzün turizmi konusu ele alınabilir. Yine uluslararası kış oyunları açısından Sarıkamış Kayak Merkezi'nin değerlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir.

Kaynaklar

- Büyüköztürk, Ş. (2012). Örneklem Yöntemleri, <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-FinalKonulari.pdf> Erişim Tarihi:20.09.2017
- Çalışkan, U. (2014). *Sarıkamış kayak tesisleri ve konaklama hizmetleri müşteri memnuniyeti araştırması*. Kars: Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.
- Çevik, S. (2017). *Destinasyon markalama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik- SPSS ve lisrel uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, M. (2017). Doğal ve beşeri özellikleriyle kars ilindeki turizm faaliyetlerinin durumu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 35, 134-154.

- Doğaner, S. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Doğanlı, B. (2006). *Turizmde destinasyon markalaşması ve Antalya örneği*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Fathabadi, H., Nejad, M.R.O. ve Alizadeh, H. (2017). An investigation of the affecting tourism destination brand equity. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 6(1), 101-113.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. ve Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis (Seventh Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- İpar, M.S. (2011). *Turizmde destinasyon markalaşması ve İstanbul üzerine bir uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Kavas, A. (2004). Marka değeri yaratmak. *Pazarlama ve İletişim Kültür Dergisi*, 3(8), 16-25.
- Kaya, F. (2014). *Destinasyon Markalaşması Sürecinde Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Doğal ve Kültürel Kaynaklar Açısından Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Koçak, N. ve Tandoğan, G. (2008). Kent turizmi kapsamında fuar ve sergilerin İzmir turizmüne olası etkileri: EXPO örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(2), 6-15.
- Krajnovic, A., Bosna, J. Ve Jasic, D. (2013). Umbrella branding in tourism- model region of Istria And Dalmatia. *Tourism And Hospitality Management*, 19(2), 201-215. Kültür ve Turizm Bakanlığı; <http://testsite.kultur.gov.tr>, Erişim tarihi: 30.03.2018.
- Pallant, J. (2017). *SPSS survival manual a step by step guide to data analysis using IBM SPSS*. (Çev. S. Balcı ve B. Ahi), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Pike, S., Bianchi, C. (2016). Destination branding equity for Australia: Testing a model of CBBE in short – haul and long – haul markets. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(1), 114-134.
- Ritchie, B. J. R. & Ritchie, J. R. R. (1998). The branding of tourism destinations, *Annual Congress Of The International Association Of Scientific Experts in Tourism*, 1-31.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi (5. Baskı)*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Thurstone, L. L. (1947). *Multiple factor analysis*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Türkeri, İ. (2014). *Destinasyon aidiyeti oluşturulmasında destinasyon imajının ve kişiliğinin rolü: Kış turizmi örneği (Palandöken Kayak Merkezi)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 28, Sayı 2, 2019, Sayfa 402-420

Vanat, L. (2013). International Report on Snow & Mountain Tourism - Overview of The Key Industry Figures For Ski Resorts, Erişim Tarihi: 08.03.2017
<http://www.vanat.ch/RM-world-report-2013.pdf>

VERGİ TEŞVİK ARAÇLARI VE YATIRIMLAR: OECD ÜLKELERİ İÇİN BİR DEĞERLENDİRME

Melek AKDOĞAN GEDİK¹

ÖZ

Küreselleşmeye bağlı iktisadi rekabetin vergisel boyutu maliye politikalarının etkinlik sorununu da beraberinde getirmektedir. Vergi rekabeti vergisel teşviklerin bir politika aracı olarak kullanılmasıyla birlikte, teşviklerin doğrudan yabancı yatırımları çekme ve iktisadi büyüme üzerindeki etkileri belirsizlik arz etmektedir. Vergi teşvikleri vergi sisteminin karmaşık bir hal almasına neden olurken, vergi idaresinin de vergi sistemi ile ilgili uyum sorununu ortaya çıkarmaktadır. Diğer yandan ülkelerin içinde buldukları iktisadi koşullarla birlikte, politik, siyasi, bürokratik, altyapı, teknolojik, vs. farklılıklar sistemin işleyişi üzerinde farklı etkilere sahip olabilmekte ve vergi oranlarının yanısıra vergisel teşvikler de etkili olabilmektedir. OECD üyesi ülkeler için yapmış olduğumuz bu çalışmada vergi teşvik araçlarının yanı sıra “İş Yapabilme Kolaylığı” raporunda yer alan göstergelerin de doğrudan yabancı yatırımların ülke ekonomisine kazandırılmasında etkili olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Vergi Rekabeti, Vergi Teşvikleri

TAX INCENTIVES AND INVESTMENTS: AN EVALUATION FOR OECD COUNTRIES

ABSTRACT

Resulting from globalization, the taxation dimension of the economic competition brings along the efficiency problem of the fiscal policies. As taxation incentives are used as a political tool in taxation competition, the effects of incentives on attracting the foreign direct investments and on the economical growth become uncertain. Whilst the tax incentives cause the tax system to be complex, tax administration also face compliance problem with the tax system. On the other hand, the differences such as political, bureaucratic, infrastructural, technological, can have different effects on functioning the system together with the economic conditions of the countries. Beside tax ratios also tax incentives have important effects on investments. This study, based on OECD countries, concluded that the indicators in “Doing Business Report” can be effective in attracting direct foreign investments as well as tax incentives

Keywords: Globalization, Tax Competition, Tax Incentives

Giriş

Küreselleşme ve uluslararası rekabetin yaygınlık kazanması ile birlikte, dünyada vergileme politikalarına ilişkin önemli değişiklikler söz konusu olmaya başlamıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak, vergi uygulamaları etkinlik, basitlik, iktisadilik, şeffaflık, öngörülebilirlik, belirlilik, tarafsızlık, verimlilik, mevzuatın anlaşılabilir olması gibi hususlarda bir takım sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Çok sayıda muafiyet ve istisnanın söz konusu olması sektörler arasında yatırım dağılımını bozucu etkiye sahipken vergi gelirlerinin de azalmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda vergi

¹Doç.Dr. Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, makdogan@cu.edu.tr, ORCID:0000-0001-6470-5796

Received/Geliş: 18/08/2019 Accepted/Kabul: 11/10/2019, Conceptual Article/Kavramsal Makale
Cite as/Alıntı: Akdoğan Gedik, M. (2019), “Vergi Teşvik Araçları ve Yatırımlar: OECD Ülkeleri İçin Bir Değerlendirme”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 28, sayı 2, s.421-435.

kaçakçılığının söz konusu olduğu durumda vergi gelirleri azalmakta, kaynak dağılımı bozulmakta ve gelirin yeniden dağılımı fonksiyonu gerçekleşmemektedir. Vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığının yaygınlık kazanması ile birlikte vergi geliri azalırken birçok mükellefte vergi sisteminin dışında kalmaktadır. Vergi rekabeti vergisel teşviklerin bir politika aracı olarak kullanılmasıyla birlikte, teşviklerin büyüme üzerindeki öngörülebilir etkileri belirsizlik arz etmektedir. Vergi teşvikleri vergi sisteminin karmaşık bir hal almasına neden olurken, vergi idaresinin de vergi sistemi ile ilgili uyum sorununu ortaya çıkarmaktadır.

Sermaye piyasalarının serbestleşmesi vergi rekabetini artırarak vergi oranları ve vergi teşviklerinin uluslararası düzeyde uyumlaştırılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Birçok ülkede kurumlar vergisinin vergi gelirleri içindeki payı göz önünde bulundurulduğunda ülkelerin matrah belirlemedeki yaşadıkları güçlükler, politika değişikliklerinin de beraberinde yaşanmasına neden olmuştur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin artan kamu harcamalarını karşılayabilecek düzeyde vergi geliri elde edebilmesi, üretim ve refah kayıplarına yol açmayan bir vergi sistemi mecburiyeti zorunluluğunu da beraberinde getirmiştir. Ülkelerin içinde buldukları iktisadi koşullarla birlikte, politik, siyasi, bürokratik, altyapı, teknolojik, vs. farklılıklar sistemin işleyişi üzerinde farklı etkilere sahip olabilmektedir.

Çalışmamızın kapsamı çerçevesinde, küreselleşme, küreselleşmenin vergi yapısı üzerindeki etkileri, vergi ve iş yapabilme kolaylığı gibi doğrudan yabancı sermaye yatırımları üzerinde etkili olabilecek teşvik politikaları hakkında bilgi verilmeye çalışılacaktır. Bu bağlamda OECD ülkeleri için vergi teşvikleri ve iş yapabilme kolaylıkları göstergeleri üzerinden genel bir değerlendirilmede bulunulacaktır.

Küreselleşme ve Küreselleşmenin Vergi Yapısı Üzerindeki Etkileri

Çok yönlü bir olgu olan küreselleşme, insanlar arasındaki ilk etkileşim ve iletişimin başladığı döneme kadar uzanan ve günümüze kadar devam eden bir geçmişe sahiptir. Bir bütünleşme süreci olarak ifade edilen küreselleşme, insan yaşamını ekonomik, kültürel, siyasi, politik ve sosyal olarak birçok yönüyle etkilemektedir. Bireylerin bilgi ve yardımlaşma deneyimlerinden kaynaklı, küreselleşme tarih boyunca iniş ve çıkışları olan birçok aşama geçirmekle birlikte, dinamik bir yapıya sahip olan bir süreç olma özelliğini daima korumuştur (Riaz Mir, Hassan ve Qadri, 2014, 621).

Literatürde çok sayıda ve farklı küreselleşme tanımları olmakla birlikte Albrow (1990), Mc Grew (1992,1998), Thomas & Wilkin (1997), Jamieson(1998), Al-Rodhan & Stoudman (2006), Hebron & Stock (2013) küreselleşmenin tanımlanmasına ilişkin ortak paydaları şu şekilde ortaya koymuşlardır; küreselleşme ile birlikte çok sayıda iletişim ağı ve bağlantı aracılığıyla ulus devletlerin ötesine geçerek modern dünya sistemi oluşturulmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda dünyanın herhangi bir yerinde ortaya çıkan olayların, kararların ve faaliyetlerin dünyanın oldukça uzak bölgelerindeki bireyler ve topluluklar için önemli sonuçlar doğurabileceği bir süreci tanımlamaktadır. Küreselleşme aynı zamanda malların ve kaynakların artan yapısal farklılıklarına bağlı olarak uluslararası politik ekonominin temelini oluşturan ekonomik yapı ve süreçlerin de değişimini kapsamaktadır. Ülkelerin üretim ve finansal yapılarının sınır ötesi işlemlerle bağlantılı hale geldiği, uluslararası işbölümü oluşturularak ulusal servetin artırılmaya çalışıldığı ve

bağımlılığın sınıra ulaştığı iktisadi bütünleşmenin son aşaması olarak tanımlanabilir. Sadece ulus devletler ve ulusal bölgeler arasında değil aynı zamanda kıtalar ve medeniyetler arasında da akımlar ve bağlantılar üreten bir süreçtir. Kültürel anlamda karşılıklı olarak birbiriyle kesişen bireysel olarak eş anlı yerel farklılıkların azalmasını, farklı kimliklerin etkileşimini, demokratikleşme vaadi ile dünya çapında bir medya ve teknoloji kültürünün bütünleşmesi olarak da ifade edilebilir.

Küreselleşme herhangi bir hükümetin vergi politikalarını diğer hükümetlerden bağımsız belirleyebilme imkanını kısıtlamaktadır. Mobil vergi tabanlarının söz konusu olduğu durumda herhangi bir hükümetin vergi politikası tercihi diğer hükümetleri de etkileyecektir. Dolayısıyla, vergi rekabeti artacak ve bu artışın vergi düzeyi, vergilerin oluşumu, vs. üzerinde etkileri söz konusu olacak ve vergi oranlarının düşmesine neden olacaktır. Vergi tabanı hareket serbestisine sahipse vergi oranı yüksek olan bir bölgeden vergi oranı daha düşük olan bir bölgeye doğru hareket edecektir. Sermaye sahipleri, vasıflı işgücü ve tüketiciler vergi farklılıklarına karşı daha hassas hale geleceklerdir. Hükümetler rekabet ederken toplam vergi tahsilatının hızla azalması vergi rekabeti literatüründe “aşağı doğru yarış” olarak anılmaktadır. Sermaye ve vasıflı işgücü gibi akışkan vergi tabanlarında ki gelir vergilerinden kaynaklanan toplam vergi yükü büyük olasılıkla hükümetler arasında düşecektir. Bu faktörler üzerindeki vergi oranları da daha çok birbirine yakınsarken, vasıfsız işgücü, fiziksel sermaye ve mülk üzerindeki vergiler artmaktadır. Böylelikle vergilerin yapısı değişmektedir. Bu değişim, herhangi bir hükümetin kararlarının diğer hükümete dayattığı olumsuz mali dışsallıkları azaltmak amacıyla vergi sistemlerinin daha fazla uyumlaştırılması için bir alan olabileceğini daha geniş ölçüde ortaya koymaktadır. Bu tip bir uyumlaştırma, hükümetler arasında vergi oranlarında bazı yakınsamaların olması gerektiğini ve ayrıca vergi tabanlarının tanımlanması açısından da bir anlam ifade ettiğini vurgulamaktadır. Uyumlaştırma, vergi politikalarında devlet özerkliğini açıkça azaltıcı bir etkiye sahiptir (Alm ve Khan, 2017,2-4, Edwards ve Rugsy, 2002, sf.20-22, Mitchell, 2000, sf.4, Genshel ve Seelkopf, 2016,1).

Özetle, küreselleşme çok uluslu şirketlerin vergilendirilmesi, transfer fiyatlandırması, vergi rekabeti, elektronik ticaretin vergilendirilmesi, mali bozulma, vergi cennetleri, adaletsiz vergi yükü dağılımı, kara para aklama gibi sorunları da beraberinde getirmektedir (Talpoş ve Craşneac, 2010, sf. 42, Avi-Yonah,2001,sf,61, Alm ve Khan, 2017, 2-4 Öz ve Yaraşır, 2009, sf.20-22, Kargı ve Karayılmazlar, 2009, sf.24-28, Kargı ve Yaygın, 2016, sf.9).

Ruggie (1983), Katzensteinden (1985), Garrett (1998b) Rodrik (1997), küreselleşmenin yüksek düzeyli kamu harcama programlarının finanse etme yükünü, sermayeden emeğe kaydırıldığını, kamu ekonomisinin servet ve sosyal riskin yeniden dağıtılması sorunu ile karşı karşıya kaldığını, refah çabalarını genişletmek için net politik teşviklerin de bulunduğunu vurgulamaktadırlar. Bu önermenin arkasında büyük bölümü sosyal hizmet sunumunun gerçekleştirilmesi için ayrılan toplam kamu harcamalarının finansmanında emek ve sermaye üzerinden alınan vergilerin payı yatmaktadır. Böylelikle küreselleşme ve refah devleti tartışmaları önem kazanmaktadır. Piyasa bütünleşmesinin sağlanması, üretimin ve yatırımın daha etkin tahsisi yoluyla uzun vadede toplumun tüm kesimlerine fayda sağlayabilir (Garrett ve Mitchell, 2001,151).

Teşvik Politikaları ve Vergi Teşvikleri

Farklı gelişme düzeylerine sahip ülkelerin, refah seviyelerini artırmak, bölgesel eşitsizlik sorunu gidermek, ve ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlayabilmek için politika aracı olarak sıklıkla kullanılan iktisadi teşvikler, herhangi bir ekonomik faaliyetin diğerlerine oranla gelişmesini sağlamak için, hükümetler tarafından verilen maddi veya gayri maddi destek, özendirici ve/veya yardımlardır (Selim, Koçtürk, Eryiğit, 2014,661). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD,2003) ve Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD, 1996) raporlarına göre yatırım teşviklerini devletin, doğrudan yabancı yatırım projelerinin büyüklüğünü, yerini veya endüstrisini, maliyetini etkileyerek veya ilgili riskleri değiştirerek etkilemek için belirli şirketlere veya gruplara sağladığı ölçülebilir avantajlar ve önlemler olarak tanımlanmaktadır(Miroslava, 2013, 108). Cari açığın azaltılması, yüksek oranda ithalata konu olan malların ülke içinde üretilmesinin sağlanması, değer zinciri içinde önemli yer işgal eden ürünlerin üretilerek katma değer ve rekabet gücünün artmasının sağlanması, teknoloji transferi, altyapı yatırımları söz konusu olduğunda, yerli sermayenin finansman ya da beceri açısından yeterli olmaması, istihdam alanları sağlanması, bölgeler arası eşitsizliğin giderilmesi, evrensel hizmet ilkesi gibi üstünlükleri nedeniyle ülkeler teşvik sisteminin maliyetlerine katlanmaktadır (Karakurt , 2010,149).

UNCTAD (2000:3) tarafından küresel düzeyde yapılan bir araştırma, gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın dünyadaki bütün ülkelerin teşviklere başvurduğunu göstermektedir. Araştırma sonucuna göre, hemen hemen tüm ülkelerin belirli sektörlerle yönelik teşvikler sunduğunu, ülkelerin %90'ından fazlasının yerli veya yabancı yatırımcılar için ihracat teşvikleri sağladığını, %85'inin mali (vergisel) teşvikler önerdiğini, %71'inin finansal (nakdi) teşvikler sağladığını ve %70'inin de az gelişmiş yöreler için bölgesel teşvikler verdiğini ortaya koymuştur (Yavan,2012,10).

Çalışmamızın kapsamı çerçevesinde özellikle bu bölümde vergisel teşvikler üzerinde durulacaktır. Vergi teşviklerinin doğrudan yabancı yatırımları çekmedeki etkinliği kamu maliyesinde değişken bir tartışma alanı olarak varlığını sürdürmektedir. Bolnick (2004) vergi teşviklerini, hükümetler tarafından ekonominin belli başlı sektörlerine yurt içinde ve yurt dışında yatırım çekmek için kullanılan mali önlemler olarak tanımlamaktadır. Zee, Stosky ve Let (2002), vergi teşviklerini kanuni ve efektif olarak iki başlık altında tanımlamaktadır. Kanuni vergi teşviki, yatırım projelerini nitelendirmek için verilen özel bir vergi karşılığıdır ve bu hüküm diğer yatırımlara uygulanmaz. Seçilen kategorilerin dışında kalan yatırım projeleri için uygulanan efektif vergi teşviki, vergi yükünü azaltmak amacıyla nitelikli yatırımlar için verilen özel bir vergi karşılığıdır. Vergi teşvikleri, vergi rekabeti ve vergi uyumlaştırmasına ilişkin literatürün kapsamlı bir şekilde gözden geçirilmesi vergi teşviklerinin dış yatırımları çekmede en önemli faktör olup olmadığını anlamada yardımcı olacaktır.(Bknz. Yelapaala,1985, Rendon-Garza, 2006, ve Sato, 2012, Munongo, Akabi ve Robinson, 2017,152).

Etkinsiz vergisel teşvik politikaları ve gelişmekte olan ülkelerin gerçek itici gücü olan alt yapı, eğitim ve güvenlik kaynaklarını aşındıracağından ülkenin gelir aşınmasına neden olacağından, kamu mal ve hizmet sunumunu riske atabileceği durumlar söz konusu olabilir. Vergi teşvikleri nedeniyle, vergi matrahında meydana

gelen azalma, vergi teşviklerinin sağlanmasındaki idari ve yönetim sorunlarından kaynaklanmaktadır. Yatırım için vergi teşviklerinin sağlanması genellikle bir veya birden fazla ülkenin yasaları ve vergi idaresi dışında mevzuat çerçevesinde gerçekleşir. Vergi teşviklerinin tasarımı ve yönetimi birden fazla bakanlığın (maliye, ticaret, yatırım, vs.) sorumluluğu altında olabilir. Çeşitli bakanlıklarının uygulamaya dahil olduğu durumda vergi ve vergi dışı teşvik ölçümlerinin merkezi gelir otoritesiyle eşgüdümlü çalışması zorlaşmaktadır. Teşvik yönetimindeki idari taktir, rant kollama ve yolsuzluk riskini artırabilir. Yatırımların teşvik edilmesi için yaygın olarak kullanılan vergi teşvik politikalarının ulusal anlamda fayda ve maliyetlerine ilişkin yeterli analiz söz konusu değildir. Ayrıca vergi teşvikleri ve bu teşviklerden faydalananlara ilişkin kolay erişilebilir olması gereken bilgiler çoğu zaman toplanamamakta veya raporlanamamaktadır. Özellikle geçmişte olduğundan daha zayıf kamu maliyesine sahip olan birçok OECD ülkesinin, gelir potansiyellerini daha iyi yönetmek için giderek daha fazla ülkeden sorumlu olduğu açıkça belirtilmektedir (Dickinson ve Nersesyon,2019,4).

James (2010) politikacıların hem vergisel hem de vergi dışı teşvikler uygulayarak yatırımları cezbetmeye çalıştıklarını vurgulamaktadır. Aynı zamanda ülkelerin yatırım iklimleri de vergi teşviklerinin yalnızca yabancı yatırımcıya sağlanan bir vergi indirimi şeklinde uygulanırken yerli yatırımcı çoğu kez bundan faydalanamamaktadır. Vergi teşvikleri yatırımlardan elde edilen vergi sonrası karı artırır ve genellikle yatırımcı daha az vergisel sorumluluklar üstleneceği yerleri tercih eder (Owens,2004). Vergi teşvikleri aynı zamanda bir ülkede DYY'nın önündeki engelleri azaltarak ev sahibi ülkelerin yabancıları kendi ülkelerine kabul düzeylerini artırarak o ülkedeki iş yapma kolaylığını işaret etmek içinde kullanılmaktadır. Tüm mali teşviklerin sermaye maliyeti, etkin vergi oranları ve nihayetinde DYY'nın yerini belirlediği yerler üzerinde etkili olacağı düşüncesi söz konusudur (Munongo, Akabi ve Robinson,2017,152).

Vergi teşvikleri, uluslararası mobil sermayenin çekilmesinde, çok uluslu şirketler tarafından araştırma ve geliştirme girişimlerinin teşvik edilmesinde ve ev sahibi ülkenin ihracat sektörünün rekabet edebilirliğinin artırılmasında güçlü bir faktör olarak görülmektedir. Dolayısıyla vergi teşvikleri çok uluslu şirketlerin yerel kararlarında kritik olarak görülmektedir. Vergi teşvikleri, yabancı işletmelerin yerel maliyetlerine bir rahatlama görevi görür ve bir ekonominin benzer yerel faktörlere sahip diğer komşu bölgelere karşı rekabet edebilirliğini artırır. Piyasa mekanizması doğası gereği optimal düzeyde değildir. Bu nedenle vergi teşvikleri sosyal olarak en uygun yatırım piyasa sistemi tarafından gerçekleştirilmediği durumlarda da kullanılır (OECD, 2001). Bu durumda, vergi teşvikleri sosyal olarak kabul edilebilir yatırım seviyesine ulaşmak için devletin müdahale mekanizması olarak kullanılmaktadır. Yatırımları karakterize eden olumlu dışsallıklar nedeniyle özel sektör normal koşullarda beklenenin altında yatırım gerçekleştirir. Bu nedenle sosyal olarak beklene yatırım seviyesi sübvansiyonlar ve vergi teşvikleri aracılığıyla devletin müdahalesi sonucu belirlenir. Vergi teşvikleri, bölgesel işsizlik ve yoksulluk sorunlarını ele almak için ekonomik bölgesel gruplar tarafından da kullanılmaktadır. OECD(2001), vergi teşviklerinin ev sahibi ülkenin makroekonomisinin geliştirilmesinde önemli olduğunu belirtmektedir. Yatırımları ülkelere taşıyarak, ülkeler döngüsel işsizlik, ödemeler dengesi açıkları sorununu azaltır ve bazı durumlarda sorununu azaltır ve bazı

durumlarda enflasyonu kontrol etmeye yardımcı olur (Munongo, Akabi ve Robinson,2017,152).

Gelişmekte olan ülkelerde yatırımın gerçekleştiği koşullar gelişmiş ülkelerdekinden çok farklı olduğundan özel bir konuma sahiptirler. Piyasa büyüklüğü, işgücü becerileri, alt yapı, siyasi istikrar, vergi idaresi kapasitesi gibi vergi dışı faktörlerin bir çoğu farklılık göstermektedir. Sonuç olarak, kurumlar vergilendirmesi ve yatırım arasındaki ilişkiye dair örneklem sadece gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere tahminde bulunmayabilir (Bknz. Bolningen ve Wang (2004) ve Asiedu (2004) Gelişmekte olan ülkelerde kurumlar, kurumlar vergisine ilişkin araştırma yaparken vergi teşviklerini göz ardı etmeleri mümkün değildir. Klemm (2013,315) vergi teşviklerini genel olarak sektörlere uygulanan vergilere kıyasla belirli faaliyet ve sektörlerle daha uygun bir vergi uygulaması sağlanmasına yönelik tedbirler olarak tanımlanmaktadır. Vergi teşvikleri hiçbir şekilde gelişmekte olan ülkelerdeki rollerini ayrı ayrı ele almakta fayda vardır. Çünkü bazı teşvikler özellikle gelişmekte olan ülkelerde benzer özelliklere sahiptirler. Gelişmiş ülkeler genellikle gelir vergisi konusunda yer alan belli bir hedefe yönelik teşvikleri kullanırken gelişmekte olan ülkeler yatırım, yasalar, kararnameler, vb. yer alan genel teşviklerin bir bileşimini kullanma eğilimindedirler (Zee, Stotsky ve Ley, 2002). Vergi teşvikleri, gelişmekte olan ülkelere daha sık kullanılan hibeler veya sübvansiyonlu krediler gibi finansal teşvikler için gelişmekte olan ülkeler için tercih edilmelerini sağlayan, devlet fonlarının açıkça kullanılmasını gerektirmez (UNCTAD, 2000,12). Uluslararası vergi rekabeti birçok vergi teşviki için önemli bir güçtür (Klemm,2010,9) Gelişmekte olan ülkelerin çoğu, yabancı yatırımcıların vergi yükünü azaltmak için vergi teşvikleri kullanmaktadır. Teorik olarak, çoğu model yalnızca kurumlar vergisi oranının yatırım üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Bu modeller vergi yükünü düşürerek yatırımın doğrudan ülke ekonomisine kazandırılacağı varsayar, ancak vergi uyum maliyetlerini ve vergi teşvikleri ile ilgili resmi maliyetleri göz ardı etmektedir. Bu maliyetler azaltılan vergi yükü ile birlikte vergi teşviklerinin sağladığı yatırım artışlarını dengeleyebilir bir rol üstlenmektedir. Vergi teşvikleri isteğe bağlı olarak verildiği takdirde şirketler hükümette zaman ve parasal lobicilik faaliyetlerinde bulunabilirler. (James,2009, Parys,2012,134-135).

Vergi tatilleri, vergi kredileri ve yatırım indirimleri, indirimli kurumlar vergisi, hızlandırılmış amortisman ve ihracat işleme bölgeleri iktisadi yazında sıklıkla karşımıza çıkan vergi teşvikleri arasında yer almakla birlikte, adı geçen vergi teşvik araçlarının güçlü ve zayıf yönleri söz konusudur².

Vergisel Teşvik Araçları ve İş Yapma Kolaylığı

Gelişmekte olan birçok ülke tasarruf açığı sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için, ülkeler yatırım olanaklarını iyileştirilmekle birlikte küresel sermayeden daha fazla pay alabilmek için rekabet etmektedirler. Bu amaçla, ülkeler ulusal sınırlarını ticari, finansal, ekonomik faaliyetlere daha fazla açmaktadır. Bu nedenle iktisadi işleyişini düzenleyecek kuralları ve kurumsal yapılarını yeniden düzenlemektedirler. Ülkeler, vergi oranlarını ve iş kurabilmek için gerekli işlem

² Detaylı Bilgi İçin Bknz. UNCTAD (2000), Fletcher (2002), Duran (2003), Tekin (2006) ve Vergi Dosyası (2017)

sayısını azaltarak, ulaşım ve iletişim alt yapılarını iyileştirerek yatırımcıları teşvik edip kolay iş yapabilmelerini sağlayacak politikalar geliştirmektedirler Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ülke ekonomisine kazandırılması vergisel olanakların sunulmasının yanı sıra, ticaret imkanlarının sağlanması, rekabet koşullarının iyileştirilmesi, ücretler politikalarının yeniden düzenlenmesi ve bir çok deregülasyon uygulamalarını da kapsamaktadır (Dibo ve Aytaç,2018,28,29). Yatırım yapılabilmesi için ülkenin yatırım ortamının uygunluğu önem arz eden bir husustur. Gelişmekte olan birçok ülke vergi tatilleri, ithalat vergisi istisnaları ve yabancı firmalara yapılan sübvansiyonlar, iyileştirilmiş yatırım kanunları yürürlüğe koyarak, iyi altyapı inşa eden ve hatta bazen tekel hakları veren bazı özel teşvik imkanları sağlayarak yatırım talep etmektedirler. Doğrudan yabancı yatırımlar geliştirmekte olan ülkelerde istihdam olanaklarını artırarak gelir seviyesinin artmasını sağlarlar. Rekabet gücü veya iş /yatırım ortamı endeksleri ile yabancı yatırımlar arasındaki ilişki yatırım ortamının uygunluğuna ilişkin bilgiler edinmemizi sağlamaktadır. Bu bağlamda, bir ülkedeki işletmelerin yaşam döngüleri süresince geçerli olan, temel ölçüt ve göstergeleri kullanarak ülkelerin yatırım ortamının uygunluğunu belirlemeye çalışan İş Yapma / İş Kurma Kolaylığı endeksi özel bir öneme sahiptir (Şenel, Kaya, Koç,2017,18Yaşar ve Yaşar, 2017,102-103).

Uluslararası Finans Kurumu (International Finance Corporation, IFC) ve Dünya Bankası (World Bank, WB), 2003 yılından itibaren seçili ülkelerde iş yapma, işe başlama ve vergi ödeme konuları üzerinde araştırmalar yaparak ülkeleri iş yapabilme kolaylıklarına göre sıralamaya tabi tutarak reforma yönlendirmeyi amaçlamakta ve sonuçlarını yayınlamaktadır. Bu amaçla, işe başlama, yapı izinleri, elektrik temini, mülkiyet kaydı, kredi olanakları, sınır ötesi ticaret, vergilerin ödenmesi, sözleşmelerin uygulanması ve iflasın gerçekleşmesi konularında sayısal göstergelerden yararlanarak ülkeleri sıralamaya tabi tutmuştur. Piyasalardaki gelişmelere bağlı olarak yıllar içerisinde kriterlerde değişimler gözlemlenmiştir (World Bank, 2017: 13,Svobodova ve Hedvicakova, 2015: 454).

Raporda, vergi politikaları, şirket kurma, devam ettirme ve kapatmaya ilişkin süre ve maliyetler, devletin koyduğu kuralları uygulama, ülkeler arası ticaret, yatırımcıların korunması ve lisans alma sürecinde uyulacak yasal mevzuata ilişkin karşılaştırmalı bilgiler yer almaktadır. (Yardımcıoğlu,2014,283, Koç vd.,2017:19) Göstergeler arasında yer alan, vergi ödeme bileşeni ile orta boy işletmelerin ödemesi gereken vergiler ve ödenen vergilerin şirket için getirdiği idari külfet dikkate alınır. Dış ticaret, malların deniz taşımacılığı ile ihraç veya ithal edilmesi için gerekli belgelerin yanı sıra tüm bu sevkiyat işleminin süresi ve maliyeti değerlendirilir(Özcan ve Kayalidere, 2017,821). Orta büyüklükte bir şirketin belirli bir sürede ödemesi gereken vergiler ve ödenen vergilerin şirket için getirdiği idari külfetler ile bir şirketin tüm vergi mevzuatına uyumu için harcanması gereken zaman ve vergi oranı Vergilerin Ödenmesi Endeksi ile değerlendirilmekte olup, Vergi Ödeme İşlemleri olarak da bilinmektedir. Vergilerin Ödenmesi Endeksi, yılda ödeme yapılan vergi sayısı, bu vergileri ödemek için ayrılan zaman (saat), ödenen vergilerin toplam kâra oranı (%) şeklindeki göstergelerden oluşmaktadır (Şenel, Kaya, Koç,2017,28).

Djankov, Mcliesh ve Ramalho (2006), Lawless (2009), Eifert (2009), Gillanders ve Whelan (2010), Piwonski (2010), Morris ve Aziz (2011), Blonigen ve Piger (2011), Jayasuriya (2011), Bayraktar (2013), Korutaro ve Biekpe (2013),

Gujarati (2015), Corcoran ve Gillanders (2015), Sarika (2016), Gaur ve Padiya (2017), Klapper vd. (2006), Aghion vd. (2007), yapmış oldukları ampirik çalışmalarda EoDB (Ease of Doing Business-İş Yapabilme Kolaylığı) sıralamasının veya bu sıralamanın yapılabilmesi için kullanılan farklı göstergelerin doğrudan yabancı yatırımlar veya milli gelir üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışmışlardır.

Ampirik bulgular iş yapma kolaylıklarının yatırım ortamını belirleyen en önemli faktör olduğunu ve yatırım ortamının da doğrudan yabancı yatırımların ülke ekonomisine girişini artıran nedenlerin başında geldiğini göstermektedir. İş yapma kolaylıklarının iyileştirilmesi, yurtiçi yatırımları ve doğrudan yabancı yatırımları arttırmak ve ekonomik büyümenin daha istikrarlı hale getirilmesinde önem arz etmektedir. Düzenleyici kurumlar tarafından alınan kararlar ülkelerin sorunlarına ve karşı karşıya kaldıkları sorunlara bağlı olarak farklılık göstermektedir. Hükümetler, almış oldukları kararların ve mevcut uygulamalarının ne derece doğru ve etkin olduğuna ilişkin değerlendirmede bulunabilmeleri için bu tip karşılaştırmalara ihtiyaç duymaktadırlar (Gujarati, 2015, s. 30; Aktaran, Yardımcıoğlu, 2014, 283).

Vergisel Teşvik Araçları: OECD Ülkeleri İçin Bir Değerlendirme

Çalışmamızın bu bölümünde OECD ülkeleri için çeşitli vergi teşvik araçları ve doğrudan yabancı yatırımları ile olan ilişkisi değerlendirilmeye çalışılacaktır. Tablo 1'de OECD ülkeleri için İş Yapabilme Kolaylığı Endeksinde vergilerin ödenmesine ilişkin sağlanan kolaylıklar, sübvansiyonlar, kurumlar vergisi oranı ve doğrudan yabancı yatırımlarına ilişkin göstergeler yer almaktadır.

İş Yapabilme Kolaylığı endeksinde yer alan "Vergilerin Ödenmesi" endeksi, vergi sayısı (yilda kaç vergi) zaman (yilda harcanan saat), toplam vergi oranı (karın yüzdesi) gibi orta boy işletmelerin belli bir sürede ödemeleri gerektiği vergileri ve ödenen vergilerinin şirket için getirdiği idari maliyete ilişkin göstergeleri içermektedir. Vergi ödeme göstergesi ile herhangi bir şirketin KDV, satış, mal ve hizmet vergisi dahil toplam vergi ve katkı payı ödemesi ile dosyalama ve ödeme şekline ilişkin bir sıralama yapmaktadır. Zaman göstergesi bilgi toplama, ödenecek verginin hesaplanması, vergi beyannamesinin ve ödemelerin düzenlenmesi için harcanan süreyi ifade etmektedir. Toplam vergi oranı, kar ve kurum gelirleri üzerinden alınan vergiler, işverenler tarafından ödenen sosyal güvenlik katkı payları, temettü ve sermaye kazancı üzerinden ödenen vergileri içermektedir. 2017 yılından itibaren, vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçleri de dikkate alan bir "Post Filling Endeks" kriteri eklenmiştir.

Tabloda yer alan kurumlar vergisi oranı kanuni kurumlar vergisi oranını temsil etmektedir. Ar-Ge harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları firma büyüklüğü ve karlılık senaryosuna göre işletmelere sağlanan vergi desteklerini ifade etmektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar bir şirketin, yatırımını ülke sınırları dışına yaymak üzere, ana merkezin dışındaki ülkelere üretim tesisi kurması veya mevcut üretim tesislerini satın alması biçiminde tanımlanabilir. Tabloda yer alan göstergede herhangi bir ülkenin bir yıl içinde elde etmiş olduğu yatırım gelirlerinin GSYİH ya olan oranı yer almaktadır. Doğrudan yabancı yatırım işlemleri üç nedenden dolayı negatif değer olabilir; Birincisi, varlıklara yatırım yapılmaması durumunda, ikincisi, eğer esas

kuruluş bağlı kuruluşundan borç para alırsa ya da kuruluş doğrudan yatırımcısından borç ödemişse, üçüncüsü, yeniden yatırım yapıldığı ancak kazanç sağlanmadığı durumda. İş Yapabilme Raporunda yer alan Vergi Ödeme Kolaylığı Endeksine göre İzlanda(17), İrlanda(1), Lüksemburg(11), Norveç(16), İsveç(15) ve İsviçre(9) ekonomileri 36 üye ülke arasında başarılı konuma sahip olmakla birlikte bu özellikleri ve tasarruf fazlasına sahip olmaları nedeniyle sağladıkları vergisel avantajlarla birlikte negatif doğrudan yabancı yatırım değerine sahip ülkelerdir.

İş Yapabilme Raporunda yer alan Vergi Ödeme Kolaylığı Endeksine göre OECD üyesi ülkeleri ortalaması % 82,62 ile Dünya ortalamasının üzerindedir³. Ortalama OECD üyesi ülkeler yılda yaklaşık 11.02 adet vergi ödemekte ve bu vergileri ödemek için 161,94 saat zaman harcamaktadırlar. OECD üyesi ülkelerde toplam ödenen vergi ve katkı payı karın ortalama % 40,23'üdür. OECD üyesi ülkeler için vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçleri ifade eden "Post Filling" endeks değeri ortalama % 81,78'dir. Ortalama Ar-Ge harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları % 16,4 ve kurumlar vergisi oranı % 21,79 düzeyindedir.

İş Yapabilme Raporunda yer alan Vergi Ödeme Kolaylığı Endeksine göre OECD üyesi ülkeleri arasında İtalya (% 66,32), Meksika (%66,65) ve Japonya (% 71,14) ekonomileri yer almaktadır. Her ne kadar adı geçen ekonomiler, kurumlar vergisi (İtalya %23,91, Meksika %30, Japonya %22,39) ve Ar-Ge harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları (İtalya %0,09, Meksika % 0,07, Japonya % 0,20) sağlamaya çalışsa da doğrudan yabancı yatırımlar (İtalya %1,17, Meksika % 2,72, Japonya % 0,19) üzerindeki etkisi sınırlı düzeyde kaldığı gözlemlenmektedir.

Raporda yer alan Vergi Ödeme Kolaylığı Endeksi göstergeleri arasında yer alan vergi ödeme sayısı en yüksek ülke Japonya (30) en düşük olan ülke ise Norveç (5)'tir. Polonya ekonomisinde vergi mükellefleri vergi ödeyebilmek için 334 saat zaman harcarken Estonya ekonomisinde vergi mükellefleri ortalama 50 saat zaman harcamaktadırlar. Toplam ödenen vergi ve katkı payı Belçika ekonomisinde karın yaklaşık % 57,7'si düzeyindeyken, Kanada ve Lüksemburg ekonomilerinde bu oran %20,5'dir. Vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçleri de dikkate alan bir "Post Filling Endeks" kriterine göre Estonya ekonomisi 99.38 ile en yüksek, Türkiye ekonomisi ise 50 ile en düşük değere sahiptir.

Türkiye ekonomisi 36 OECD üyesi arasında vergi ödeme kolaylığı sıralamasında %74,65 endeks değeri ile 31. Sırada yer almaktadır. Vergi ödeme sayısı OECD ortalaması 11,02'yken Türkiye ekonomisinde bu sayı 10 olmakla birlikte OECD ortalamasının altındadır. OECD üyesi ülkelerde vergi mükellefleri vergi ödeyebilmek için ortalama 161,94 saat zaman harcarken, Türkiye ekonomisinde bu süre 170 saate çıkmaktadır. OECD üyesi ülkeler karın yaklaşık %40,23 'ü kadar vergi ve katkı payı öderken, Türkiye'de bu oran % 40,9 düzeyindedir.

³ Sahra Altı Afrika %57,52, Güney Asya %60,02, Orta Asya ve Kuzey Afrika %74,52, Latin Amerika ve Karayipler %60,49, Avrupa ve Orta Asya % 75,80, Doğu Asya ve Pasifik %72,98

Tablo 1. OECD Üyesi Ülkeler İçin Çeşitli Vergi Teşvik ve Doğrudan Yabancı Yatırım Göstergeleri (2018)

Ülkeler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Avustralya	85.64	14	11	105	47.4	95.34	30,00	0,19	4,25
Avusturya	83.45	21	12	131	51.5	98.54	25,00	0,17	1,69
Belçika	77.48	27	11	136	57.7	83.45	29,58	0,16	0,91
Kanada	88.05	8	8	131	20.5	73.23	15,00	0,31	2,46
Şili	75.28	30	7	296	34.0	57.03	25,00	0,34	2,35
Çek Cum.	81.42	24	8	230	46.1	90.75	19,00	0,21	3,88
Danimarka	91.14	2	10	132	23.8	89.06	22,00	0,00	0,52
Estonya	89.56	6	8	50	48.7	99.38	20,00	0,00	4,85
Finlandiya	90.64	4	8	90	37.3	93.09	20,00	-0,01	0,49
Fransa	79.31	26	9	139	60.4	92.40	34,43	0,43	1,34
Almanya	82.11	23	9	218	49.0	97.67	15,83	-0,02	0,29
Yunanistan	76.89	28	8	193	51.9	75.70	29,00	0,11	1,95
Macaristan	73.81	32	11	277	40.3	63.94	9,00	0,20	5,43
İzlanda	84.64	17	21	140	29.4	87.20	20,00	0,24	-1,18
İrlanda	94.46	1	9	82	26.0	92.93	12,50	0,29	-7,46
İsrail	72.56	33	28	239	26.2	61.36	23,00	0,00	5,68
İtalya	66.32	36	14	238	53.1	52.39	23,91	0,09	1,17
Japonya	71.14	34	30	129.5	46.7	71.69	22,39	0,20	0,19
Kore	86.91	13	12	188	33.1	93.93	25,00	0,26	0,87
Litvanya	89.74	5	7	168.5	36.0	98.11	20,00	0,00	2,51
Letonya	88.66	7	10	99	42.6	97.52	15,00	0,31	1,69
Lüksemburg	87.37	11	23	55	20.5	83.75	19,26	-0,01	-16,22
Meksika	66.65	35	6	240.5	53.0	40.51	30,00	0,07	2,72
Hollanda	87.58	10	9	119	40.8	91.95	25,00	0,31	12,51
Yeni Zelanda	91.08	3	7	140	34.6	96.90	28,00	-0,02	0,74
Norveç	84.84	16	5	79	37.0	62.65	23,00	0,23	-4,31
Polonya	76.49	29	7	334	40.7	77.36	19,00	0,22	1,93
Portekiz	83.75	20	8	243	39.8	92.71	30,00	0,39	1,98
Slovak Cum	80.62	25	8	192	49.7	87.17	21,00	0,28	0,44
Slovenya	83.27	22	10	233	31.0	80.03	19,00	0,21	2,52
İspanya	84.58	18	9	147.5	47.0	93.60	25,00	0,33	3,05
İsviçre	85.28	15	6	122	49.1	90.75	22,00	0,05	1,8
İsviçre	87.66	9	19	63	28.8	83.21	6,70	-0,01	-12,36
Türkiye	74.65	31	10	170	40.9	50.00	22,00	0,06	1,8
İngiltere	87.14	12	8	105	30.0	71.00	19,00	0,27	2,28
ABD	84.14	19	10.6	175	43.8	94.04	19,71	0,05	1,3

1) Vergi Ödeme Skoru (0-100) 2) Vergi Ödeme Sıralaması 3) Ödenen Vergi Sayısı (Yılda) 4) Zaman (Vergi Ödemek için Harcanan Saat) 5) Toplam Ödenen Vergi ve Katkı Payı (Karın Yüzdesi) 6) Post Filling Endeksi 7) Kurumlar Vergisi Oranı 8) Ar-Ge Harcamalarına Yapılan Vergi Sübvansiyonları (GSYİH %) 9) Doğrudan Yabancı Yatırımları (GSYİH %) Veriler: Doing Business Report 2018 ve OECD veri tabanından yararlanılarak tarafımızca oluşturulmuştur.

Vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçleri de dikkate alan bir “Post Filling Endeksi” değeri OECD üyesi ülkelerde 81,78’ken, Türkiye ekonomisinde bu değer 50’dir. Kurumlar vergisi oranı ortalaması OECD üyesi ülkelerde %21,79’ken Türkiye ekonomisinde % 22’dir. OECD üyesi ülkelerde AR-GE harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları GSYİH’nın % 0,16’siyken, Türkiye

ekonomisinde bu oran %0,06 ile sınırlı düzeyde kalmaktadır. Doğrudan Yabancı yatırımların ülke ekonomisine kazandırılmasında OECD üyesi ülkeler GSYİH'nın % 0,95'i düzeyinde bir ortalamaya sahipken, Türkiye ekonomisi için bu oran %1,8'dir. Ortalama değerinin OECD üyesi ülkeler için düşük düzeyde olmasına tasarruf fazlası ülkelerin negatif doğrudan yabancı yatırım değerine sahip olmaları yatmaktadır.

Sonuç

Uluslararası bir bütünleşme süreci olarak ifade edilen küreselleşme, insan yaşamını ekonomik, kültürel, siyasi, politik ve sosyal olarak birçok yönüyle etkilemektedir. İktisadi düzeyde farklı gelişmişlik seviyelerine sahip ülkeler küresel rekabet koşullarına uyum gösterebilmek için azami düzeyde gayret sarf etmektedirler. Gelişmekte olan birçok ülke tasarruf açığı sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için, ülkeler yatırım olanaklarını iyileştirilmekle birlikte küresel sermayeden daha fazla pay alabilmek için rekabet etmektedirler. Özellikle vergisel olanaklar sağlayarak uluslararası sermayeden daha fazla yararlanmayı amaçlamaktadırlar. Vergi rekabeti literatüründe vergi teşvikleri, uluslararası mobil sermayenin çekilmesinde, çok uluslu şirketler tarafından araştırma ve geliştirme girişimlerinin teşvik edilmesinde ve ev sahibi ülkenin ihracat sektörünün rekabet edebilirliğinin artırılmasında güçlü bir faktör olarak görülmektedir.

Ülkeler ulusal sınırlarını ticari, finansal, ekonomik faaliyetlere daha fazla açmakla birlikte, iktisadi işleyişini düzenleyecek kuralları ve kurumsal yapılarını yeniden düzenlemektedirler. Ülkeler, vergi oranlarını ve iş kurabilmek için gerekli işlem sayısını azaltarak, ulaşım ve iletişim alt yapılarını iyileştirerek yatırımcıları teşvik edip kolay iş yapabilmelerini sağlayacak politikalar geliştirmektedirler Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ülke ekonomisine kazandırılması vergisel olanakların sunulmasının yanı sıra, ticaret imkanlarının sağlanması, rekabet koşullarının iyileştirilmesi, ücretler politikalarının yeniden düzenlenmesi ve bir çok deregülasyon uygulamalarını da kapsamaktadır.

Vergi rekabeti yazınında, vergisel teşvik araçlarının özellikle kurumlar vergisi oranları ve sübvansiyonların doğrudan yabancı yatırımlarının ülke ekonomisine kazandırılmasında etkili olabileceği görüşü hakimdir. Ancak İş Yapabilme Kolaylığı Endeksinden yararlanarak OECD ülkeleri için çeşitli vergi teşvik araçları ve doğrudan yabancı yatırımları ile olan ilişkisi değerlendirilmeye çalıştığımız araştırmamız sonucunda vergi oranlarının yanı sıra diğer vergisel teşvik araçlarının da etkili olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle raporda yer alan vergi ödemeye ilişkin ödenen vergi sayısı, mükellefin vergi ödemek için harcadığı zaman, ödenen vergi ve katkı payının kara oranı, vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçlerin de yatırımların ülke ekonomisine kazandırılmasında etkileri söz konusudur.

İş Yapabilme Raporunda yer alan Vergi Ödeme Kolaylığı Endeksine göre Türkiye OECD üyesi ülkeleri ortalamasının gerisinde, Dünya ortalamasının üzerindedir. Ortalama OECD üyesi ülkeler yılda yaklaşık 11.02 adet vergi ödemekte ve bu vergileri ödemek için 161,94 saat zaman harcamaktadırlar. OECD üyesi ülkelerde toplam ödenen vergi ve katkı payı karın ortalama % 40,23'üdür. OECD

üyesi ülkeler için vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçleri ifade eden “Post Filling” endeks değeri ortalama % 81,78’dir. Ortalama Ar-Ge harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları % 16,4 ve kurumlar vergisi oranı % 21,79 düzeyindedir. Türkiye’de ise ortalama yılda yaklaşık 10 adet vergi ödemekte ve bu vergileri ödemek için 170 saat zaman harcamaktadırlar. Toplam ödenen vergi ve katkı payı karın ortalama % 40,9’dur. OECD üyesi ülkeler için vergi mükellefiyetinin yerine getirilmesinden sonra, KDV iadesi, vergi denetimleri ve idari vergi itirazları gibi beyanname sonrası şirkette yaşanan süreçleri ifade eden “Post Filling” endeks değeri ortalama % 50’dir. Ortalama Ar-Ge harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları % 0.06 ve kurumlar vergisi oranı % 22 düzeyindedir. OECD üyesi ülkelerde AR-GE harcamalarına yapılan vergi sübvansiyonları GSYİH’nın % 0,16’siyken, Türkiye ekonomisinde bu oran %0,06 ile sınırlı düzeyde kalmaktadır. Doğrudan Yabancı yatırımların ülke ekonomisine kazandırılmasında OECD üyesi ülkeler GSYİH’nın % 0,95’i düzeyinde bir ortalamaya sahipken, Türkiye ekonomisi için bu oran %1,8’dir. Ortalama değerinin OECD üyesi ülkeler için düşük düzeyde olmasına tasarruf fazlası ülkelerin negatif doğrudan yabancı yatırım değerine sahip olmaları yatmaktadır.

Kaynaklar

- Albrow, M., & King, E. (Eds.). (1990). *Globalization, Knowledge and Society: Readings from International Sociology*. Sage.
- Al-Rodhan, N. R., & Stoudmann, G. (2006). *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*. Program on the Geopolitical Implications of Globalization and Transnational Security, 6.
- Alm, J. ve Khan, M.A (2017) *Tax Policy Effects on Business Incentives in Pakistan*, Tulane Economics Working Paper Series 1705
- Avi-Yonah, R. S. (2001) “Globalization and Tax Competition : Implications for Developing Countries” *Cepal Review* (74) sf.59-66
- Bayraktar, N. (2013). *Foreign Direct Investment and Investment Climate*. *Procedia Economics and Finance*, 5(1992), 83–92.
- Blonigen, B. A., & Piger, J. (2014). *Determinants of Foreign Direct Investment*. *Canadian Journal of Economics*, 47(3), 775–812.
- Corcoran, A., and Gillanders, R. (2015). *Foreign Direct Investment and the Ease of Doing Business*. *Review of World Economics*, 151(1), 103–126.
- Dickinson, B. ve Nersesyan, N. (2019) *Tax and Development Principles to Enhance the Transparency and Governance of Tax Incentives for Investment in Developing Countries* <http://www.oecd.org/ctp/tax-global/transparency-and-governance-principles.pdf> Erişim Tarihi:19.05.2019
- Dibo, M. ve Aytaç, D. (2018) “ Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve İş Yapabilme Kolaylığı İlişkisi Üzerine Ampirik Bir İnceleme” *Maliye Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 4, Sayı 1, sf.27-38
- Djankov, S., McLiesh, C., and Ramalho, R. M. (2006). *Regulation and Growth*. *Economics Letters*, 92, 395–401.

- Duran, M. (2003). Teşvik Politikaları ve Doğrudan Sermaye Yatırımları, Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Araştırma İnceleme Dizisi (33) Ocak, Ankara
- Edwards, C.ve De Rugy, V. (2002) “International Tax Competition 21st Century Restraint on Government” Policy Analysis April, 12, No:431 sf.1-43
- Eifert, B. P. (2009). Do Regulatory Reforms Stimulate Investment and Growth? Evidence from the Doing Business Data, 2003 – 07 (CGD Working Paper No. 159). Washington DC.
- Jayasuriya, D. (2011). Improvements in the World Bank’s Ease of Doing Business Rankings: Do they Translate into Greater Foreign Direct Investment Inflows? (Policy Research Working Paper No. 5787). Sydney.
- Korutaro, B., and Biekpe, N. (2013). Effect of Business Regulation on Investment in Emerging Market Economies. Review of Development Finance, 3(1), 41–50
- Gillanders, R., and Whelan, K. (2010). Open For Business? Institutions, Business Environment and Economic Development (UCD Centre for Economic Research Working Paper Series No. WP10/40). Dublin.
- Fletcher, Kevin (2002), Tax Incentives in Cambodia, Lao PDR and Vietnam, paper prepared for the IMF Conference on Foreign Direct Investment: Opportunities and Challenges for Cambodia, Lao PDR and Vietnam, Hanoi, Vietnam, August 16-17, 2002. <http://www.worldbank.org> (İndirme tarihi: 04.05.2019).
- Gaur, A. D., Padiya, J., (2017), “Ease of Doing Business in India: Challenges & Road Ahead”, International Conference on Technology and Business Management, pp. 77-84
- Garrett, G. (1998). Partisan Politics in the Global Economy. New York: Cambridge University Press.
- Garrett, G. ve Mitchell, D. (2001) “ Globaliation, Government Spending and Taxation in the OECD” European Journal of Political Research 39 sf.145-177
- Genshel, Phillip ve Seelkopf (2016) “Globalization and Tax Policy” Encyclopedia of Public Administration and Public Policy Second Edition Taylor&Francis sf.1-8
- Gujarati, H. (2015). Ease of Doing Business Ranking Reflects The Goodness of the Economy: A Misconception or Fact? In Ease of Doing Business: Contemporary Issues, Challenges and Future Scope (pp. 30–39). Ahmedabad: Gujarat Technological University.
- Hebron, L., & Stack Jr, J. F. (2013). Globalization: Debunking the Myths. Dorling Kindersley India Pvt. Ltd.
- Jamieson, F. (1998). Notes from Globalization as a Philosophical Issue. The Culture of Globalization, 54-80.
- Jones, R. B. (1995). Globalisation and Interdependence in the International Political Economy: Rhetoric and Reality. London: Pinter.
- Karakurt, A. (2010) “ Küresel Kriz Ortamında Yatırım Teşvikleri” Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi Sayı.65-2 Sf.143-164
- Kargı, N. ve Karayılmazlar, E. (2009) “Küreselleşme Vergi Politikaları Üzerindeki Etkinsizlik Etkisi”Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt:14 S.3 Sf.21-37

- Kargı, V. ve Yayğır, T. (2016) “ Küreselleşme, Vergi Rekabeti ve Türkiye’de Vergi Yükü” International Journal of Public Finance Cilt:1 Sayı:1 Sf: 1-22
- Katzenstein, P. (1985) Small States in World Markets. Ithaca, NY: Cornell University Press
- Koç, E. , Kaya, K. ve Şenel, M. (2017) “Dünya’da ve Türkiye’de Ekonomik Göstergeler- İş Yapma/İş Kurma Kolaylığı Endeksi” Engineer and Machinery Vol. 58. No. 685 pp. 17-42
- Lawless, M. (2009). Tax Complexity and Inward Investment (Research Technical Paper No. 5/RT/09). Dublin.
- Mir, U.M, S. M.Hassan ve M.M. Qadri (2014) “ Understanding Globalization and Its Future: An Analysis” Pakistan Journal Of Social Sciences Vol.34 No: 2 pp.607-634
- Mitchell, D. J. (2000) “ An OECD Proposal to Eliminate Tax Competition Would Mean Higher Taxes and Less Privacy” The Heritage Foundation Backgrounder Executive Summary September 18, No.1395 sf.1-33
- Miroslava, C. (2013) “The Effectiveness of Investment Incentives in Certain Foreign Companies Operating in the Czech Republic” Journal of Competitiveness, Vol.5, Issue 1 pp.108-120
- Morris, R., and Aziz, A. (2011). Ease of Doing Business and FDI Inflow to Sub-Saharan Africa and Asian Countries. Cross Cultural Management, 18(4), 400–411
- Munongo, S. , Akanbi, O.A, Robinson, Z. (2017) “Do Tax Incentives Matter For Investment? : A Literature Review” Business and Economic Horizons Vol:13 Issue 2 pp.152-168
- Öz, Ersan ve Yaraşır, Sevinç (2009) “Global Bir Kavram: Vergi Rekabeti” İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırmaları Merkezi Konferansları 52. Seri Prof. Dr. Şerafettin Aksoy’a Armağan
- Özcan, M.P. ve Kayalidere, G.(2017) “ Türkiye’de İş ve Yatırım Ortamının Dünya İş Yapma Endeksine Göre Değerlendirilmesi” Journal of Social and Humanities Sciences Research, Vol.4 Issue .5 pp.819-825
- Piwonski, K. (2010). Does the “ Ease of Doing Business ” In a Country Influence its Foreign Direct Investment Inflows? Bryant University
- Rodrik, D. (1997). Has International Economic Integration Gone Too Far? Washington, DC: Institute for International Economics.
- Ruggie, J.G. (1983). International Regimes, Transactions and Change: Embedded Liberalism in the Postwar Economic Order. In S.D. Krasner (ed.), International Regimes. Ithaca: Cornell University Press
- Selim, S. K. ,O.M, Eryiğit, P. (2014) “Türkiye’de Yatırım Teşvikleri ve Sabit Yatırımların İstihdam Üzerine Etkisi:Panel Veri Analizi” Ege Akademik Bakış , Cilt 14 Sayı 4 Sf. 661-673.
- Talpoş, Ioan ve Craşneac, Alexandru (2010) “ The Affects of Tax Competition” Theoretical and Applied Economics Vol.XVII No. 8 (549) Sf. 39-52
- Tekin, A. (2006) “Vergi Teşvikleri ve Ekonomik Etkileri” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı 16 sf.301-316
- UNCTAD 2000 *Tax Incentives and Foreign Direct Investment A Global Survey*, ASIT Advisory Studies No. 16, UNCTAD/ITE/IPC/Misc.3, Geneva, s.12.

- Vergi Dosyası (2017) Vergi Teşviği Nedir? Vergi Teşvik Politikalarına Genel Bakış <https://vergidosyasi.com/2017/03/03/vergi-tesviki-kavrami-vergi-tesviki-nedir-vergi-tesviki-turleri/> Erişim Tarihi: 15.05.2019
- Van Parys, S. (2012) “The Effectiveness of Tax Incentives in Attracting Investment: Evidence from Developing Countries” Dans Reflets Et Perspectives De la Vie Economique, 2012/3 129-141
- Yaşar, E. ve Yaşar, M. (2017) “ İş Yapma Kolaylıkları: Farklı Gelir Gruplarındaki Ülkeler Arasında Bir Karşılaştırma” Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi Sayı.4 sf.101-112
- Yavan, N (2012) “Türkiye’de Yatırım Teşviklerinin Bölgesel Belirleyicileri :Mekansal ve İstatistiksel Bir Analiz” Coğrafi Bilimler Dergisi ,10(1) 9-37
- Yardımcıoğlu, M.(2014.)“Yükselen Piyasa Ekonomileri ve İş Yapabilirlik Endeksi Karşılaştırması,” KSÜ İİBF Dergisi, cilt 4, sayı 1.sf.280-295
- World Bank(2017) Doing Business: Equal Opportunity for All. Washington DC.

MÜLKİYET HAKLARI VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİ: AB VE OECD ÜLKELERİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR İNCELEME*

İlter ÜNLÜKAPLAN¹
Canger İNCE²

ÖZ

Mülkiyet, toplumsal bir olgu, hukuki bir olay ve iktisadi yaşamın en önemli kavramlarından biridir. Mülkiyet hakkı ise; herhangi bir metanın ya da kaynağın tüketilebilmesi, başka birine devredilebilmesi ve kontrol edilebilmesidir. Ekonomik büyümenin bir motoru olarak görülen mülkiyet hakkının korunması, geliştirilmesi ve daha ileri seviyeye taşınması, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki birçok araştırmacı, akademisyen ve politikacının yoğunlaştığı bir konu haline gelmiştir. Çalışmamızda, mülkiyet hakları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin yönü, Avrupa Birliği ve OECD üyesi olan ülkeler bazında incelenmektedir. Bu doğrultuda, AB ve OECD ülkelerinde, mülkiyet hakkının iktisadi büyüme üzerindeki etkisi, 2009- 2017 dönemlerine ait verilerle, panel veri analizi kullanılarak araştırılmaya çalışılmıştır. Yapılan analizin sonuçları, mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasında aynı yönlü ilişkiye işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mülkiyet Hakkı, Ekonomik Büyüme, Panel Veri Analizi

THE RELATIONSHIP BETWEEN PROPERTY RIGHTS AND ECONOMIC GROWTH: AN ANALYSIS ON EU AND OECD COUNTRIES

ABSTRACT

The property is a social concept a legal event and one of the most important subjects of an economic life. The property right is the ability of using a source or a material transfer to another person or the ability of controlling it. The protection, promotion and advancement of property rights, which are seen as an engine of economic growth, have become a focus of many researchers, academics and politicians in developed and developing countries. Within our study, the direction of the relationship between property rights and economic growth was examined within the context of OECD and European Union countries. In this manner, the effects of property rights on the economic growth in the EU and OECD countries for the period 2009-2017 was investigated using panel data analysis. The results of the analysis indicate the positive relationship between property rights and economic growth.

Keywords: Property Rights, Economic Growth, Panel Data Analysis

Giriş

İktisat literatüründe karşılaşılan temel sorunlardan biri, üretim faktörlerinin, yani kaynakların nasıl ve kimin için kullanılacağıdır. İşte bu sorunun cevabını ararken, temel

¹ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi İİBF. Maliye Bölümü, ikaplan@cu.edu.tr, ORCID:0000-0002-5420-3642

² T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Milli Emlak Genel Müdürlüğü, canger.soylu@gmail.com, ORCID:0000-0002-6400-0347

*Bu çalışma, Çukurova Üniversitesi SBE Maliye Anabilim Dalında savunulmuş “Mülkiyet Hakları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: AB ve OECD Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme” adlı yüksek lisans tezinin gözden geçirilip yeniden düzenlenmesiyle hazırlanmıştır.

Received/Geliş: 18/08/2019 Accepted/Kabul: 12/10/2019, Research Article/Araştırma Makalesi

Cite as/Alıntı: Ünlükaplan, İ. ve İnce, C. (2019), “Mülkiyet Hakları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: AB ve OECD Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt 28, sayı 1, s.436-450.

belirleyici unsur olarak mülkiyetin de incelenmesi gerekmektedir. Çünkü kıt kaynakların etkin kullanımı konusunda insanlar bazı kurallar oluşturmuşlardır. Mülkiyet hakkı da kaynakların etkin kullanımı konusunda oluşturulan düzenlemelerin başında gelmektedir. İşte bu noktada, iktisadi büyüme ve gelişmenin sağlanabilmesi için; birçok akademisyen, araştırmacı ve politikacı, mülkiyet haklarının korunması, geliştirilmesi ve ileri seviyeye taşınması için çeşitli çalışmalar yapmıştır.

Bu çalışmada, sosyal bir anlaşma niteliği taşıyan mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasında oluşan ilişkinin yönü, Avrupa Birliği (AB) ve Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD)'ye üye ülkeler bazında panel veri ekonometrisi yöntemiyle incelenecektir.

Çalışmada ilk olarak mülkiyet haklarının kavramsal çerçevesi üzerinde durulacaktır. Daha sonra mülkiyet hakları ve ekonomik büyüme ilişkisi kavramsal ve ampirik düzeyde ele alınacaktır. Çalışmanın son kısmında AB ve OECD'ye üye ülkelerde mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki 2009-2017 dönemine ait yıllık verilerinden yararlanılarak panel veri analizi yöntemi ile analiz edilecektir.

Mülkiyet Hakları İktisadi ve Kavramsal Çerçevesi

Kamu sektöründe verimli olmayan alanların çözümüne yönelik çalışmalar sonucu ortaya çıkan mülkiyet hakları teorisi, Adam Smith'in Ulusların Zenginliği (The Wealth of Nations) adlı çalışmasına kadar uzanmaktadır. Adam Smith ve Ronald Coase gibi iktisatçıların değindiği, Armen Alchian ve Harold Demsetz gibi iktisatçıların genişlettiği mülkiyet hakları teorisi, kaynakların etkin kullanımına yönelik çeşitli düzenlemeleri içermektedir.

Adam Smith, özel sektörün kamudan daha etkin ve verimli olduğunu savunarak, kamudaki faaliyetlerin özel sektöre kaydırılması gerektiğini belirtmiştir. Çalışmasında kraliyet mülkiyetindeki arazileri örnek göstererek, bu arazilerden elde edilecek ürünün, hiçbir zaman özel mülkiyetteki arazilerden çok olmayacağını vurgulayarak, özel sektör ve özelleştirmeye dikkat çekmiştir. Smith'in böyle düşünmesindeki asıl sebep, insanların, başkalarının servetini, kendininkine kıyasla daha savurgan harcamalarıdır (Dura, 2006, 225).

Kişi başına düşen gelirin, ülkeden ülkeye farklı olmasının nedeni konusunda henüz bir fikir birliği sağlanmasa da yapılan çalışmalarda gelirdeki farklılıkların kaynağı olarak son yıllarda kurumlar ve mülkiyet hakları kavramı dikkat çekmektedir. Daha iyi çalışan kurumlara, daha güvenli mülkiyet haklarına, daha az müdahaleci politikalara sahip ülkelerde, daha etkin şekilde fiziksel sermayeye ve beşeri sermayeye yapılan yatırımlar ile daha yüksek gelir düzeyine ulaşılması mümkündür (Acemoğlu & vd. 2001, s. 1369).

İktisadi hayatın vazgeçilmez unsuru olan mülkiyet hakkı, "Mülkiyet Hakları İktisadi" disiplininin esas konusudur. Piyasada var olan mübadele, mülkiyet hakkı devrinin gerçekleştirilmesindeki bedeldir. Eğer ekonomide işlem maliyeti yoksa üretim faktörlerinin birine kiralanmasında ya da sahibi tarafından kullanılmasında herhangi bir farklılık olmayacaktır. Örneğin, Robinson Crusoe ekonomisinde işlem maliyeti ve dışsallıkların mevcut olmamasından dolayı, mülkiyet haklarının bir önemi yoktur. Ancak gerçek ekonomilerde belirsizliklerin yaşanması ve eksik bilginin olması üretim performansını etkilemektedir (Demsetz, 1967, s. 348).

Mülkiyet haklarına yönelik literatürde çok çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Yeni Kurumsal İktisadın öncülerinden olan Douglass C. North mülkiyet hakkını, “herhangi bir varlığının tüketilmesini, devredilmesini ve kontrol edilmesini sağlayan düzenlemeler” olarak tanımlamaktadır (North, 2002, s. 47). Mülkiyet konusunda önde gelen isimlerden biri olan John Locke’a göre mülkiyet hakkı, tüm insanlara ortak kullanım için verilmiş olmasına rağmen, en önemli mülkiyet insanın kendi bedeni üzerindedir. Yani, bireyin kendi vücudu ve kendi emeği üzerinden elde ettikleri kendisine aittir. Locke’un mülkiyet hakkına yönelik fikirleri eleştirilmesine rağmen, Locke, emeğe verdiği önemi bir kez daha vurgulamıştır (Güriz, 1969, s. 134-137).

Yeni Kurumsal İktisat düşünürleri, mülkiyet haklarının iyi şekilde korunduğu ülkelerde, ekonomik gelişmenin sağlandığına vurgu yapmışlardır. Bu iktisatçılar mülkiyet hakları güvencesinin sıkı olduğu firmalarda, firmanın kurumsal kimliğinin oluşacağını savunmuşlardır (Doğan & Kurt, 2016, s. 121).

Mülkiyet Hakları İktisadı kavramı üzerine yapılan incelemelerde, organizasyon üzerindeki performans etkileri (karlılık, verimlilik, kalite, düşük maliyet, yenilik, yaratıcılık vs.) ile mülkiyetin yapısı arasında bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir. Mülkiyet yapısından kasıt, özel mülkiyet, ortak mülkiyet, kooperatif mülkiyet, kamusal mülkiyet ve kolektif mülkiyettir. Sayılan mülkiyet çeşitlerinden sadece özel mülkiyet, rekabet koşullarının altında, ekonomik etkinliği mümkün kılmaktadır (Aktan, 2018, s. 431).

Özetle Mülkiyet Hakları İktisadına katkı sağlayan düşünce okulları, mülkiyet hakkının tam olarak tanımlanmasının ve korunmasının piyasa ekonomisi için ne kadar gerekli olduğunun üzerinde durmuştur.

Mülkiyet Hakları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

Üretim sürecine dahil olan ve üretim faktörleri arasında sayılan toprak, emek, sermaye ve girişimciye verimlilik artışı büyümeyi gerçekleştirmektedir. Yapılan çalışmalarda, verimlilik artışı ile büyüme arasındaki ilişkinin analizinde genişleyen piyasalar, teknolojik ilerlemeler, fiziki ve beşeri sermaye üzerinde yoğunlaşmıştır. Ancak, son zamanlarda, büyüme ile politik yapı, iyi tanımlanmış mülkiyet hakları, düşük maliyetli sözleşmeler gibi kurumsal çerçeve analizlere dahil edilmiştir. Amerikan İktisatçı Douglas North tarafından kaleme alınan ve 1981 yılında yayınlanan “Structure and Change in Economic History” adlı çalışmada, ülkeler arasında oluşan yatırım farklılıklarının kaynağı olarak, mülkiyet hakları ve sözleşmenin uygulama biçimi gösterilmektedir. Çünkü iyi işlemeyen bir mülkiyet hakkı sistemi, sermayenin marjinal ürünü ile getiri oranı arasındaki farkı açacaktır. Bu durumda yatırımcı, mülkiyet hakları güçlü olan ülkeyi tercih edecektir.

Literatürde mülkiyet hakkı ile ekonomi arasındaki ilişki mikro ve makro boyutta incelenmektedir. Hernando de Soto’nun başını çektiği mikro kolda, mülkiyet haklarındaki yetersizliklerin, az gelişmiş ülkelerde varlıkların atıl kalmasına neden olduğu gösterilmektedir. Makro kolu temsil eden ve North’un başını çektiği Yeni Kurumsal İktisatçılara göre, iyi tanımlanmış mülkiyet hakkı ve sağlam kurumlar büyümenin kaynağıdır (Deniz, 2014, s. 179-180).

Yeni büyüme teorilerinde, aşırı kaynak kullanımını önlemede etkili olan mülkiyet hakkı, kurumların, kurumsal yapının ve ekonomik büyümenin en temel unsuru sayılmaktadır. Mülkiyet hakkının olmadığı ekonomilerde kaynaklar israf edilebilmekte

ya da değeri tüketilebilmektedir. Temel hak ve özgürlükler arasında sayılan mülkiyet hakkı, kalkınma ve sürdürülebilir kaynak kullanımı için önemlidir (Haydaroğlu, 2015, s. 219).

Bireylerin kontrolü altında bulunan ekonomik kaynakların, belirli zamanda kullanımı hakkında bireylerin, bir perspektif elde etmeleri önemlidir. Kaynağın tam kontrolüne sahip olan bireyler, uzun vadeli düşünerek, kaynağın değerini arttırmak için, uzun vadeli yatırım yapmaktan çekinmezler. Ancak, mülkiyetin süresi veya mülkiyetin kimin kontrolünde olduğu belli değilse, bu tür kaynakların kullanılması, gelecek nesillere zarar verecek kararların alınmasına neden olabilir (Haydaroğlu, 2015, s. 220).

Serbest ekonomik sistemin vazgeçilmez bir unsuru olan mülkiyet hakkı, büyümenin de motoru olarak görülmektedir. Serbest piyasa ekonomisi düşünürleri, ekonomide oluşan etkinsizliğin asıl nedeninin, mülkiyet haklarının eksikliğinden kaynaklandığını savunmaktadır. Eğer kaynakların mülkiyeti, özel mülkiyet olursa, piyasada etkinlik sağlanmış olacaktır. Tam mülkiyet hakkının olduğu piyasalarda dört koşul geçerlidir.

Bunlar sırasıyla:

1. *Evrensellik*: Bütün kaynaklarda özel mülkiyetin geçerli olması.
2. *Kişiyeye Özellik*: Özel mülkten başkasının menfaat sağlayamaması.
3. *Transfer Edilebilirlik*: Kaynak sahibinin dilediği zaman, kaynağını satabilmesi.
4. *Uygulanabilirlik*: Kaynaktan kazanılan gelirin, bilinçli bir şekilde piyasaya aktarılması.

Bu dört koşulun varlığı sayesinde, kıt kaynağın sahibi, kaynağın kullanımından ya da devredilmesinden gelen net faydayı maksimize edebilecektir (Uzun, 2009, s. 297).

1989 yılında kalkınma iktisatçısı John Williamson tarafından “Washington Uzlaşısı” olarak adlandırılan 10 maddelik Neoliberal bir ekonomi paketi hazırlanmıştır. Hazırlanan paketin son maddesinde “*mülkiyet hakkı sağlam güvence altına alınmalıdır*” hükmü yer almaktadır. Bu madde, daha çok yabancı sermaye yatırımlarını ülkeye çekebilmek, mal ve sermaye akımlarının serbestleştirilmesini sağlayabilmek amacını taşımaktadır. Neoliberal politikanın özünde, en yüksek refah düzeyine ulaşabilmek için, bireysel girişimciliğin serbestleştirilmesi, mülkiyet haklarının güvence altına alınması ve serbest ticaretin uygulanması yer almaktadır (Yıldırım, 2011, s. 5-6).

Mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki detaylı bir şekilde literatür kısmında ele alınmıştır. Teorik olarak, liberal iktisadi öğretiyi savunanların varoluşundan bu yana, mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme ve kalkınma süreci yönünden olumlu bir ilişkinin bulunduğu kabul edilmektedir. Çalışmalardan çıkarılacak en önemli sonuç, mülkiyet hakkının korunmuş olduğu ülkelerde ekonomik büyümede gözlemlenen olumlu tablonun varlığıdır. Mülkiyet hakları ile ilgili son dönem yapılan çalışmalarda, mülkiyet haklarının alt bileşeni olarak bilinen sınai mülkiyet hakları ve fikri mülkiyet hakları temel gösterge olarak kabul görmektedir (Ata & Şahbaz, 2013, s. 166).

Ampirik Yazın

Çalışmanın bu kısmında mülkiyet hakları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen seçili çalışmalara yer verilmiştir:

Torstenson (1994), 1976-1985 yıllarına ait verileri kullanarak, 68 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi

incelemiştir. Çalışmada, güvensiz mülkiyetin olduğu ülkelerde, büyümenin negatif seyrettiği, yatırım fonlarının verimsiz şekilde dağıtıldığı ve beşeri sermayenin verimsiz kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Goldsmith (1995), mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda, mülkiyet hakkının güven altında olduğu ekonomilerde, GSYİH'de ortalama %2.6'lık değişimin olduğunu, ancak mülkiyet hakkının güven altında olmadığı devletlerde ise, GSYİH artışının %1,1 gibi daha düşük seviyede olduğu görülmüştür. Sonuç olarak, az gelişmiş ülkelerin, mülkiyet haklarını daha fazla güvence altına almaları durumunda ekonomik büyümede iyileşme sağlanacağı vurgulanmıştır.

Leblang (1996), 1960-1990 yılları arasındaki verileri kullanarak, ekonomik büyümenin, ülkeden ülkeye neden farklılık gösterdiğini araştırmıştır. Çalışmada, yatay kesit yöntemi ile içsel bir model oluşturulmuş ve mülkiyet haklarının önemine değinilmiştir. Çalışmada iki sonuca ulaşılmıştır. İlki, mülkiyet haklarının korunduğu ülkelerde iktisadi büyüme daha hızlı gerçekleşmektedir. İkincisi, politik rejimin yapısı, ekonomik büyüme üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Keefe ve Knak (1997), yetersiz kurumların, varlıkların yarattığı gelir akışını ve varlığın mülkiyet haklarının korunmasını bozduğunu ileri sürmektedir. Yazar, mülkiyet hakkının korunmamasının firmaları varlık kaybı ile tehdit ettiğini tespit etmiştir.

Svensson (1998), 1960-1985 yıllarını baz alarak, mülkiyet hakları, ekonomik büyüme, yatırım ve siyasi istikrarsızlık değişkenlerini kullanarak, 101 ülke üzerinde yapmış olduğu çalışmada, güvenli bir mülkiyet hakları sisteminin önünde engel olan siyasi başarısızlıkların, yatırımların düşük seviyede gerçekleşmesine neden olacağını tespit etmiştir.

Norton (1998), Fraser ve Heritage Vakfının ekonomik özgürlük endekslerini kullanarak yoksul ülkeler için yaptıkları çalışmada, mülkiyet haklarının korunması ile ekonomik performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Clague vd. (1999), 1970-1992 yıllarını baz alarak, 95 ülke üzerine yapmış oldukları çalışmada, ekonomik varlıklarda oluşturulan güvenin ekonomik büyümeyi iyileştirdiği sonucuna ulaşmıştır.

Chong & Calderon (2000), politik istikrar, mülkiyet haklarını koruma düzeyi, yasal sistemin etkinliği verilerini kullanarak, ulusal düzeydeki kurumların mülkiyet haklarını koruma ile ekonomik büyüme üzerinde doğrudan ve pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir.

Johnson vd. (2002), mikro ve makro düzeyde verileri kullanarak, mülkiyet hakkının güven altında olduğu ekonomilerin yatırım ve büyüme bağlamında daha iyi performans gösterdiğini tespit etmiştir.

Rodrik & Subramanian (2003), mülkiyet haklarının güven altında olup olmamasının piyasalar üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmanın bulgularına göre informal bir yapının yanı sıra, güçlü bir yasal yapının varlığının uzun vadede piyasa başarısızlıklarının ve işlem maliyetlerinin azalmasına katkı sağlayarak verimli bir büyümenin gerçekleşmesine mülkiyet hakları korumasının güçlü olduğu ekonomilerde uzun vadede ekonomik büyüme ve ilerlemenin oluşması sonucuna ulaşmıştır.

Ali (2003), ülkeler arası büyüme farklılıklarında kurumların rolünü ortaya koymak amacıyla kurumsal kaliteyi ölçmüştür. Çalışma sonucunda, yüksek düzeyde ekonomik büyüme ile yargının etkinliği, yolsuzluğun azlığı, etkili bürokrasi ve özel

mülkiyetin korunması arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit edilmiştir. Ayrıca, ekonomik özgürlüğün büyüme ve yatırım üzerinde önemli bir belirleyici olduğu ortaya konulmuştur.

Richardson (2005), Zimbabwe için yapmış olduğu çalışmada, 2000-2003 yılları arasında ülkede yaşanmış ekonomik çöküntünün nedeninin, mülkiyet sistemindeki değişim olduğunu ortaya koymuştur. Yazar aynı zamanda 1961 – 2003 yılları arasında, regresyon analizi ile şahsi toprak mülklerinde yapılan kısıtlamaların ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etki yarattığını ifade etmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, mülkiyet haklarının güvence altına alınması ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Davidson (2005), 1997-1998 yılları arasında, Asya’da yaşanan finansal krizi mülkiyet hakları çerçevesinde incelemiştir. Araştırma sonucunda, mülkiyet hakları güvencesinde oluşan aksaklıklar ile finansal kriz arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Branstetter vd. (2005), 1982-1999 yıllarını temel alarak, 16 ülkede mikro ve makro verileri kullanarak, mülkiyet hakkının güvence altında olduğu ekonomilerde, yatırım ve büyüme bağlamında pozitif etkilerin ortaya çıktığı sonucuna ulaşmıştır.

Lewer & Saenz (2005), 1990-2002 yılları arasında 101 ülkenin verilerini analiz ederek, mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmada, mülkiyet haklarının güvence altında olduğu ülkelerde ekonomik büyümenin daha hızlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dincer (2007), ekonomik büyüme ile mülkiyet hakları arasında bir ilişkinin var olup olmadığını, iktisadi büyüme göstergelerini temel alarak, Neoklasik bir çerçevede oluşturduğu modellerle incelemiştir. Çalışmada, mülkiyet haklarının güvence altında olduğu bir yapıda, sermaye birikimi ve GSYİH’nın büyüme üzerindeki etkilerini incelemiş, mülkiyet hakları güvencesinin zayıf olduğu ülkelerde, sermayenin, iktisadi büyümedeki üzerindeki etkisi düşük; mülkiyet haklarının güvencelerinin yüksek görüldüğü ülkelerde ise, büyüme üzerindeki etkisi daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özetle, mülkiyet haklarında oluşan güvenin ekonomiyi olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

Kazdin (2008), 35 yıllık bir zaman aralığıyla 120 ülkeye ait verilerle, fiziki sermaye, beşeri sermaye, teknoloji ve emek değişkenlerini kullanarak, mülkiyet haklarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmanın sonucunda, mülkiyet haklarının iktisadi büyümeyi pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Ata & Şahbaz (2013) 27 Avrupa Birliği üyesi ülkede, 2010 yılı verileriyle mülkiyet haklarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini yatay kesit yöntemi ile araştırmıştır. Çalışmada bağımsız değişkenler; işgücü verimliliği, fiziki sermaye, beşeri sermaye, mülkiyet hakkı endeksi ve ticaret hacmi; bağımlı değişken ise, kişi başına GSYİH’dır. Araştırmanın sonucu, mülkiyet haklarında oluşan iyileşmelerin, iktisadi büyümeyi arttırdığı ortaya koyulmuştur.

Kramo (2015) Batı Afrika Ekonomik ve Parasal Birlik (WAEMU) ülkelerinde mülkiyet haklarının korunması ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmasında, 1995-2013 yılları arasındaki kişi başına düşen GSYİH, beşeri sermaye, ticari serbestlik (ithalat ve ihracat toplamı) ve mülkiyet hakları endeksinde ait verileri kullanarak mülkiyet hakları ile iktisadi büyüme arasında uzun vadede aynı yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir.

Haydaroglu (2015), 2007-2014 yılları arasında, AB ve OECD ülkelerinde mülkiyet hakları endeksinin büyüme üzerine etkilerini Panel Sınır Test Yöntemi (PARDL) ile araştırmıştır. Araştırmada, mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Ayrıca, Lane ve Tornell (1996), Clauge vd. (1996), Ng ve Yeats (1999), Vijayaraghavan ve Ward (2001), Rosenberg ve Birzdel (1986), North (1990), Barro ve Sala-I Martin (1995), Rodrik (2000), Johnson, Mcmillan ve Woodruff (2002), Branstetter, Fisman ve Foley (2005), Falvey, Foster ve Greenaway (2006), Kerekes ve Williamson (2008), Wilson (2008), McLennan ve Le (2011), Andres ve Gole (2011) ve Sattae ve Mahmood (2011), yaptıkları çalışmalarda, mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişler ve mülkiyet haklarındaki iyileşmenin iktisadi büyümeyi arttırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Analiz

Çalışmanın bu bölümünde, AB ve OECD'ye üye ülkelerde mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki 2009-2017 dönemine ait yıllık verilerinden yararlanılarak panel veri analizi yöntemi ile analiz edilecektir.

Veri Seti

Çalışma kapsamında 2009-2017 yılları arasında AB ve OECD'ye üye 41 ülke incelenmiştir. Çalışmada kullanılacak verilerin büyük çoğunluğu AB veri tabanı olan Eurostat (<http://ec.europa.eu/eurostat>) ile Dünya Bankası veri tabanından (<http://data.worldbank.org/>) elde edilmiştir. Bu kaynakların dışında yine, Mülkiyet Hakları İttifakı'nın (Property Rights Alliance) yayınladığı, "Uluslararası Mülkiyet Hakları Endeksi"nden (International Property Rights Index-IPRI) gerekli veriler temin edilmiştir.

Mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik bu çalışmada, modele eklenen bağımlı değişken, kişi başına GSYİH; bağımsız değişkenler; işgücü verimliliği, beşeri sermaye, mülkiyet hakları endeksi, insani gelişme endeksi ve ticaret hacmidir (ithalat ve ihracat değerlerinin toplamı). Bu göstergelere ait açıklayıcı bilgiler ve veri kaynakları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Çalışmada, iktisadi büyüme göstergesi olarak kişilere düşen yıllık GSYİH verileri kullanılmıştır. Veriler 2010 bazlı ve mevcut ABD doları cinsindedir (<http://data.worldbank.org/>). Modelde büyüme verisi "GSYİH" olarak simgelenmiştir.

İşgücü verisi olarak, istihdam edilen kişi başına işgücü verimliliği kullanılmıştır. Bu veri önceki yıla göre yüzde değişim olarak ölçülmüştür. EUROSTAT veritabanından elde edilen bu veri modelde, "KBIV" olarak simgelenmiştir.

Analizde kullanılan beşeri sermaye değişkenini ölçen, oldukça farklı göstergeler bulunmaktadır. Modelde tercih edilen beşeri sermaye verisi olarak, literatürde sıklıkla tercih edilen, bilim ve teknolojideki insan kaynağının 25-64 yaş grubundaki toplam işgücü içindeki payı ile İnsani Gelişim Endeksi (HDI) kullanılmıştır. AB veri tabanı olan EUROSTAT ve Dünya Bankası veri tabanından veriler elde edilmiştir. Modelde, 'HRST' ve 'HDI' olarak simgelenmiştir (<http://ec.europa.eu/eurostat>), (<http://data.worldbank.org/>).

Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenler, Açıklamaları ve Kaynakları

Değişken	Değişkenin Tanımı	Veri Adı	Birim	Veri Kaynağı
GSYİH	İktisadi Büyüme	Kişi Başına Milli Gelir Düzeyi	ABD Doları	EUROSTAT ve Dünya Bankası
KBIV	İşgücü	Kişi Başına İşgücü Verimliliği	% Oran	EUROSTAT ve Dünya Bankası
HDI	İnsani Gelişme	İnsani Gelişme Endeksi	% Oran	EUROSTAT ve Dünya Bankası
HRST	Beşeri Sermaye	Bilim ve Teknolojideki İnsan Kaynağının 25-64 Yaş Grubundaki Toplam İşgücü İçindeki Payı	% Oran	EUROSTAT ve Dünya Bankası
MHI	Mülkiyet Hakları	Mülkiyet Hakları Endeksi	% Oran	Property Rights Alliance
TRD	Ticaret Hacmi	İhracat ve İthalat Toplamı	ABD Doları	EUROSTAT ve Dünya Bankası

Ülkelerin sahip olduğu mülkiyet yapısını göstermek için Uluslararası Mülkiyet Hakları Endeksi verileri kullanılmıştır. Modelde, Mülkiyet Hakları Endeksi “MHI” olarak simgelenmiştir. Bu endeks, Mülkiyet Hakları İttifakının sayfasından temin edilmiştir (<https://www.propertyrightsalliance.org/>).

Dış ticaretin büyüklüğünü ölçmek amacıyla, mal ve hizmet ihracatı ve ithalatı değerlerinin toplamı kullanılmıştır. Modelde, ‘TRD’ olarak simgelenmiştir (<http://data.worldbank.org/>).

Çalışmada kurulacak modelin temel amacı mülkiyet haklarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmek olmasına rağmen, modelin teorik temellerini güçlendirmek için kontrol değişkenler de kullanılmıştır. Modelde kullanılan verilerin grafikleri incelenmiş, kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenden kişi başına GSYİH ve ticaret hacmi dışındakiler oran ve endeks şeklinde elde edildiğinden, sadece kişi başına GSYİH ve ticaret hacmi değişkeninin doğal logaritması alınmıştır.

Yöntem

Uygulamalı veri araştırmalarında, üç tip veri söz konusudur. Bunlar, yatay kesit verileri, zaman serileri ve panel (karma) verilerdir. Panel verilerin diğer iki veriden farkı; bu verilerin hem yatay, hem de dikey boyutlu olmasıdır. Yapılan birçok bilimsel çalışmada, panel veriler kullanılmaktadır (Yılmaz, 2008, s. 98).

Panel veri terimi; hane halkları, ülkeler ve firmalar gibi yatay kesit birimlere ait gözlemlerin, belli bir zaman periyodunda toplanmasını ifade eder (Baltagi, 2005, s. 1). Diğer bir panel veri tanımı ise; zaman serisi ve kesit verilerinin bir araya getirilmesiyle ekonomik ilişkilerin tahmin edilmesi şeklindedir. Tanımdan da anlaşıldığı üzere; analizde, zaman serisi ile kesit serileri bir arada kullanılmaktadır (Pazarlıoğlu & Kiren Gürler, 2007, s. 37).

Panel veri modelinde, bir bağımlı değişken ile bir veya birden çok bağımsız/açıklayıcı değişken vardır. Model ekonometrik bir model olduğundan hata terimi de modelde yer alacaktır. Modelde kullanılan değişkenler hem birimlere hem de zamana göre değişimi göstereceğinden, her ikisi içinde farklı indislerin modelde olması gereklidir. Genel olarak panel veri modeli;

$$y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{it}X_{it} + u_{it} \quad i=1, \dots, N; t=1, \dots, T$$

Denklemden, Y : bağımlı değişken, X_i : bağımsız değişkenler, α sabit parametre, β eğim parametreleri ve u hata terimini ifade etmektedir. Bununla birlikte i alt indisi birey, firma, şehir, ülke gibi birimleri, t alt indisi ise gün, ay, yıl gibi zaman ifadelerini temsil etmektedir. Değişkenlerin, parametrelerin ve hata teriminin i ve t alt indislerine sahip olması denklemin panel veri setine ait olduğunu ifade etmektedir. Bu modelde görülmektedir ki sabit eğim parametrelerine hem birimler hem de zamana göre değer yüklenmektedir.

Panel veri modelinin tahmin edilmesinde, sabit etkiler (fixed effects=FE) ve tesadüfi etkiler (random effects=RE) olmak üzere iki yaklaşım vardır. Her iki modelde de, ϵ_{it} hatalarının tüm zaman dönemlerinde ve tüm bireyler için bağımsız ve $N(0, \sigma_\epsilon^2)$ şeklinde dağıldığı varsayılmaktadır (Pazarlıoğlu & Kiren Gürler, 2007, s. 37).

Klasik sabit etkili ve tesadüfi etkili modellerden hangisinin kullanılacağına karar vermek için geliştirilmiş bazı testler bulunmaktadır. Bu testlerin içinde önemli olanlar Tesadüfi Etkiler Testi (Lagrange Çarpanı Testi), Olabilirlik Oranı (LR) Testi ve Hausman Testleridir. Panel veri kullanılarak gerçekleştirilecek olan ekonometrik ölçümlerde, sabit etkili veya tesadüfi etkili modelin kullanılması konusunda karar verilirken, ön bilgi varsa buna uyulur. Eğer herhangi bir zorunluluk ya da tercih nedeni yoksa en genel yöntem "Hausman testi" model belirleme testi olarak kullanılır (Güris, 2018, s. 38).

Regresyon modelini seçmek için, ilk olarak Hausman testi kullanılmış olup, test sonucunun Hausman testinin asimptotik varsayımlarını karşılamadığından, daha etkin bir teste ihtiyaç duyulmuş ve bu amaçla "Breusch ve Pagan Multiplier Test"ine başvurulmuştur. Sürecin devamında, tesadüfi etkiler modeline, karar verilmiş ve Baltagi Wu LBI testi ile otokorelasyonun varlığı araştırılmıştır.

Panel Birim Kök Testleri

Birim kök testleri, kullanılan serilerin durağan olup olmadığını tespit etmek için yapılan testlerdir. Analizde birim kök testlerinden; Levin, Lin ve Chu (LLC) ve Hadri testi ile verilerin durağanlığı test edilecektir. Analizde kullanılacak serilerin birim kök testleri STATA 14.2 istatistik analiz programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen birim kök test sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Panel Birim Kök Testleri Sonuçları

Değişkenler	Yöntemler			
	LLC		Hadri	
	Test istatistik değeri	Olasılık değeri	Test istatistik değeri	Olasılık değeri
LNGSYIH	-8.7132	-8.7132	20.7488	0.0000
KBIV	0.5783	0.2815	21.2241	0.0000
HDI	-1.5165	0.0064	18.9068	0.0000
HRST	15.9795	0.0000	24.3142	0.0000
MHI	17.8781	0.0000	5.9717	0.0001
LNTRD	-8.7132	0.0000	7.8250	0.0000

Panel birim kök testlerine ait analiz sonuçları incelendiğinde serilerde birim kökün varlığının reddedildiği görülmektedir. Tablo 2’de hesaplanan *p* olasılık değerlerinin, 0.05 kritik değerinden daha küçük olmasından dolayı, serilerin durağan olduğu anlaşılmaktadır. Genel olarak LLC ve Hadri testi sonuçları incelendiğinde, serilerin büyük çoğunluğunda birim kökün bulunmadığı anlaşıldığından, bu sonuçlar serilerin durağan olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Hipotezi ve Modeli

Çalışmada modeldeki bağımlı değişken, kişi başına düşen milli gelir düzeyi; bağımsız değişken ise; insani gelişme endeksi, beşeri sermaye, işgücü verimliliği, mülkiyet hakları endeksi ve ticaret hacmidir. Çalışma tek hipotez üzerine kurulmuştur.

Hipotez: Güvence altında olan mülkiyet hakları ile ekonomik büyüme arasında doğru yönlü bir ilişki vardır.

Tahmin edilen regresyon modelinin denklemi;

$$LNKBGSYIH_{it} = \beta_0 + \beta_1 KBIV_{it} + \beta_2 HDI + \beta_3 HRST_{it} + \beta_4 MHI_{it} + \beta_5 LNTRD + \alpha_i + \varphi_t + \varepsilon_{it}$$

Bu denklikte α_i Ülkeye özgü etkiler, φ_t zamana özgü etkiler ve ε_{it} ise hata terimini ifade etmektedir.

Panel Regresyon Analiz Sonuçları

Analizde sabit ya da tesadüfi etkiler modellerinden hangisinin kullanılacağına karar verebilmek için Hausman testi uygulanmıştır. Hausman testi sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Hausman Testi

Katsayı				
	Tesadüfi	Sabit	Fark	S.sapma
KBIV	.0196776	.0175408	.0021368	.
HDI	.0715023	.0561434	.0153588	.0442875
HRST	.0014474	.0004473	.0010001	.0003393
MHI	.0326479	.0065812	.0260667	.0031958
LNTRD	.0106419	.0235543	-.0129124	.

Test: Ho: Katsayılardaki fark sistematik değil
chi2(4) = -42.39

Tablodan görüldüğü üzere Hausman testi ki-kare değerinin (-42.39) 0'dan küçük olması ve sonuçların Hausman testinin asimptotik varsayımını karşılamadığından daha etkin bir teste ihtiyaç duyulmuş bu amaçla "Breusch ve Pagan Testi" yürütülmüş ve sonuçlar Tablo 4'te ortaya konulmuştur.

Tablo 4. Breusch ve Pagan LM Testi

	Var	sd = sqrt(Var)
LNGSYIH	.4300557	.6557863
e	.0017342	.0416437
u	.0227046	.1506806
chibar2(01) = 864.98		
Prob > chibar2 = 0.0000		

Tablo 4'te gösterilen test sonucu elde edilen değer (0.0000), 0.05 değerinden küçük olduğu için tesadüfi etkiler modeli panel regresyon analizi için uygundur.

Tablo 5'te tesadüfi etkiler modeline göre oluşturulan panel regresyon analiz sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 5. Tesadüfi Etkiler Modelinin Sonuçları

LNGSYİH	Katsayı	S.Hata	z	p>z	(%95 güven aralığı)	
KBIV	.0196776	.0009266	21.24	0.00	.0178614	.0214938
HDI	.0715023	.0995482	0.72	0.047	-.1236086	.2666131
HRST	.0014474	.0012429	1.16	0.024	-.0009888	.0038835
MHI	.0326479	.0090328	3.61	0.000	.0149441	.0503518
LNTRD	.0106419	.0068825	-1.55	0.012	-.0241313	.0028475
Sabit	8.474169	.1336255	63.42	0.000	8.212268	8.73607
R-sq:	0.6483					
<i>Modified Bhargava et al. Durbin-Watson = .82039156</i>						
<i>Baltagi-Wu LBI = 1.5153118</i>						

Kurulan model yaklaşık % 65 ile yüksek bir açıklayıcılığa sahiptir. Uygulanan analize göre “GSYİH” ile Mülkiyet hakları Endeksi (MHI) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Modelimize dahil edilen diğer değişkenler de GSYİH ile beklentimizle paralel olarak, aynı yönlü bir ilişki içerisindedir. Ayrıca Baltagi Wu LBI testi ile otokorelasyon olup olmadığı test edilmiş ve test sonucundan (*Baltagi- Wu LBI: 1.5153118*) birinci dereceden otokorelasyonun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç

Bu çalışmada literatüre hakim olan görüşler çerçevesinde mülkiyet haklarındaki iyileşmenin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği hipotezi test edilmiş ve bu kapsamda 41 AB ve OECD üyesi ülke 2009-2017 yılları arasında panel veri analizi ile incelenmiştir. Modelde değişken olarak, kişi başına düşen milli gelir, kişi başına işgücü verimliliği, beşeri sermaye, ithalat ve ihracat toplamı, insani gelişmişlik endeksi ve mülkiyet hakları endeksi kullanılmıştır. Lewin-Lin Chu ve Hadri olmak üzere iki farklı birim kök testi uygulanan verilerin birim köke sahip olmadıkları anlaşılmıştır. Regresyon modelinin seçiminde Hausman Testi kullanılarak, tesadüfi etkiler modeli ve sabit etkiler modeli üzerinde karar verilmeye çalışılsa da, ortaya çıkan asimptotik karakter yüzünden ek bir teste ihtiyaç duyulmuştur. Breusch ve Pagan Lagrangian Multiplier Testi ile tesadüfî etkilerin uygunluğu test edilmiş ve model olarak tesadüfî etkiler modelinin model tahmincisi olacağına karar verilmiştir. Tesadüfi etkiler regresyon denklemi için, Baltagi-Wu LBI otokorelasyon testi ile otokorelasyonun varlığı reddedilmiştir. Modelde, mülkiyet haklarının iktisadi büyüme üzerinde pozitif etkisinin olduğu gözlemlenmiştir. Yürütülen ekonometrik analiz sonucunda elde edilen

bulgulara açıklayıcı değişkenin, bağımlı değişkeni açıklama oranı yüksektir. Analizde, mülkiyet haklarının güvence altına alındığı ülkelerde, iktisadi büyümenin pozitif yönde olduğu görülmüştür. Mülkiyet hakları endeksinin yüksekliği ile iktisadi büyüme arasındaki ilişkinin aynı yönlü olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç gerek teorik gerekse literatürdeki diğer ampirik çalışmalarla paralellik göstermektedir. Ayrıca çalışmada, işgücü verimliliği ile iktisadi büyüme arasında istatistiksel anlamda olumlu ilişki gözlemlenmektedir. Beşeri sermaye olarak alınan göstergelerinden insani gelişme endeksi ve bilim ve teknolojiye insan sayısının 25-64 yaş grubunda bulunan işgücü içindeki payı da yine iktisadi büyüme ile aynı yönlü ilişki içerisindedir. Çalışmanın sonuçları, güvence altına alınan mülkiyet haklarının ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceğine yönelik literatürde genel kabul gören görüşü desteklemektedir.

Kaynaklar

- Aktan, C. C.(2018). Mülkiyet Hakları İktisadı: Mülkiyet Yapısı ve İktisadi Performans Arasındaki İlişki. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 7(19), 423-445.
- Ata, A. Y., & Şahbaz, A. (2013). Mülkiyet Hakları ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Ab Ülkeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme. *Sosyoekonomi*, 20(2).
- Baltagi, B. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons.
- Branstetter, L., Fisman, R., & Foley, C. F. (2005).Appendix for “Do Stronger Intellectual Property Rights Increase International Technology Transfer? Empirical Evidence from US Firm-Level Panel Data. The World Bank.
- Clague, C., Keefer, P., Knack, S., & Olson, M. (1996). Property and Contract Rights in Autocracies and Democracies. *Journal of Economic Growth*, 1(2), 243-276.
- Clague, C., Keefer, P., Knack, S., & Olson, M. (1999). Contract-intensive Money: Contract Enforcement, Property Rights, and Economic Performance. *Journal of Economic Growth*, 4(2), 185-211.
- Davidson, S. (2005). The 1997–98 Asian Crisis: A Property Rights Perspective. *Cato Journal*, 25(3), 567-582.
- Demzsetz, H. (1967). Toward a Theory of Property Rights. *American Economic Review*, 57, 347-59.
- Deniz, H. (2014). *Teori ve Uygulama Özel Mülkiyet Hakları ve İktisadi Büyüme Arasındaki İlişki*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, DoktoraTezi. İstanbul.
- Dincer, O. (2007). The Effects of Property Rights on Economic Performance. *Applied Economics*, 39(7), 825-837.
- Doğan, Z., & Kurt, Ü. (2016). Yeni Kurumsal İktisadın Dalları. *Journal of Life Economics*, 3(1), 115-130.
- Dura, Y. C. (2006). Mülkiyet-Verimlilik İlişkisi: Mülkiyet Hakları Teorisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 225-236.
- Falvey, R., Foster, N., & Greenaway, D. (2006). Intellectual Property Rights and Economic Growth. *Review of Development Economics*, 10(4), 700-719.
- Goldsmith, A. A. (1995). Democracy, property Rights and Economic Growth. *The Journal of Development Studies*, 32(2), 157-174.
- Gürüş, S. (2018). *Uygulamalı Panel Veri Ekonometrisi*, Dar Yayınları, İstanbul.

- Güriz, A. (1969). *Teorik Açından Mülkiyet Sorunu*, AÜHF Yayınları, Ankara.
- Haydaroğlu, C. (2015). The Relationship Between Property rights and Economic Growth: An Analysis of OECD and EU Countries. *Law and Economics Review*, 6(4), 217-239.
- <http://databank.worldbank.org>
- <http://ec.europa.eu/eurostat>
- <http://propertyrightsalliance.org>
- Johnson, S., McMillan, J., & Woodruff, C. (2002). Property Rights and Finance. *American Economic Review*, 92(5), 1335-1356.
- Kerekes, C. B., & Williamson, C. R. (2008). Unveiling de Soto's Mystery: Property Rights, Capital Formation, and Development. *Journal of Institutional Economics*, 4(3), 299-325.
- Knack, S., & Keefer, P. (1997). Does Social Capital have an Economic Payoff? A Cross-country Investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1251-1288.
- Kramo, G. K. (2015). Property Rights and Economic Growth in OAPI Countries: Case of WAEMU 2 Countries. *Asian Journal of Humanities and Social Studies (ISSN: 2321-2799)*, 3(06).
- Lane, P. R., & Tornell, A. (1996). Power, Growth, and the Voracity effect. *Journal of Economic Growth*, 1(2), 213-241.
- Leblang, D. A. (1996). Property Rights, Democracy and Economic Growth. *Political Research Quarterly*, 49(1), 5-26.
- Lewer, J. J., & Saenz, M. (2005). Property Rights and Economic Growth: Panel Data Evidence. *Southwestern Economic Review*, 32, 157-166.
- McLennan, P. G., & Le, Q. V. (2011). The Effects of Intellectual Property Rights Violations on Economic Growth. *Modern Economy*, 2(2), 107-113.
- Ng, F., & Yeats, A. (1999). *Good Governance and Trade Policy: Are They the Keys to Africa's Global Integration and Growth?*. The World Bank.
- North, C. D. (2002). *Kurumlar, Kurumsal Değişim ve Ekonomik Performans*, (Çev: G. Çağalı Güven), Sabancı Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- North, C. D. (1994). Economic Performance Through Time: The Limits to Knowledge. *American Economic Review*, 84(3), 359-368. <http://www.wiwi.uni-muenster.de/iw/downloads/Im%20Seminar/ws0708/Literatur%202/Introductory/Intro3.pdf>. Erişim Tarihi: 03.07.2019.
- Norton, S. W. (1998). Poverty, Property Rights, and Human Well-Being: A Cross-National Study. *Cato Journal*, 18(2), 233-245.
- Pazarlıoğlu, M. V., & Gürler, Ö. K. (2007). Telekomünikasyon Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Panel Veri Yaklaşımı. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 44(508), 35-43.
- Richardson, C. J. (2005). How the Loss of Property Rights Caused Zimbabwe's Collapse. *Cato Institute Economic Development Bulletin*, 4(2).
- Rodrik, D., & Subramanian, A. (2003). The Primacy of Institutions. *Finance and Development*, 40(2), 31-34.
- Svensson, J. (1998). Investment, Property Rights and Political Instability: Theory and Evidence. *European Economic Review*, 42(7), 1317-1341.
- Torstensson, J. (1994). Property Rights and Economic growth: An Empirical

- Study. *Kyklos*, 47(2), 231-247.
- Uzun, A. M. (2009). Mülkiyet Hakları ve Ekonomik Gelişme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 291-308.
- Vijayaraghavan, M., & Ward, W. A. (2001). *Institutions and Economic Growth: Empirical Evidence for a Cross-National Analysis* (No. 633-2016-41441).
- Yıldırım, C. (2011). Birinci ve İkinci Nesil Washington Uzlaşması: Neoliberal İktisat Politikalarının 1980'den Sonraki Evrimi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Yılmaz, M. (2008). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Doğrudan Yabancı Yatırımlar-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.